



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPLASURU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANISMUL INTERMEDIERII
REGIONALE PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI-ILFOV



E-learning Training
www.training.ro

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
"Investește în oameni!"

CARTE
SUSTINUTĂ DE
14.14.2013
12@JOBS
12 ANI DE JOBURI



www.fii-genial.ro

EȘTI GENIAL ORICUM
Angajat sau Angajator!

Coordonator: dr. Marian RUJOIU

EȘTI GENIAL ORICUM Angajat sau angajator!

Autori

Marian RUJOIU, Dragoș POPESCU; Dan-Gabriel LAMBESCU; Raluca Maria RUJOIU; Florin RĂU; Dragoș POPESCU; Alina Elena RUJOIU; Marian CRĂCIUN; Cristina Maria RAȚIU; Ionut Cristian NEACȘU; Alina Laurentia BUZATU; Livia Maria DULCEAȚĂ.

carte susținută de **eJobs**

Editura Extreme Training Publishing

©Extreme Training Publishing

Colectiv Redacție:

Redactare: Cristina Rațiu

Tehnoredactare: Bogdan Dobrică

Corectura: Raluca Rujoiu

Grafică: Bogdan Dobrică

Descrierea CIP

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

Ești genial oricum : angajat sau angajator? / Marian Rujoiu,

Dragoș Popescu, Dan-Gabriel Lambescu, ... - București :

Extreme Training Publishing, 2011

ISBN 978-606-92968-0-6

I. Rujoiu, Marian

II. Popescu, Dragoș

III. Lambescu, Dan

159.923

©Editura EXTREME TRAINING PUBLISHING

Adresa: Calea Plevnei, nr. 61, București

Web: www.traininguri.ro

Email: secretariat@traininguri.ro

Toate Drepturile asupra acestei ediții sunt rezervate Editurii Extreme training Publishing. Nicio parte a acestui volum nu poate fi reprodusă, în nici o formă, fără permisiunea scrisă a Editurii Extreme Training Publishing

- Titlul programului: Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013, "Investește în Oameni!"

- Titlul Proiectului: Fii Genial!

- Editorul materialului: Extreme Training

• Data publicării: iulie 2011

„Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”

Cartea se distribuie GRATUIT

EŐTI GENIAL ORICUM

CUPRINS**Secțiunea 1 (angajat sau angajator)**

Cum poți deveni regizorul propriului viitor	pag. 11
Decalogul autoîmplinirii	pag. 18
De ce apare eșecul sau cum să eșuezi cu succes	pag. 24
Jocul optimistului	pag. 27
Jocul perseverenței	pag. 30
Jocul responsabilității	pag. 33
Lentila Bucuriei	pag. 39
Life coaching - este bine să faci ceea ce faci	pag. 41
Nu poți face lucruri mari având așteptări mici	pag. 45
Puterea feedbackului	pag. 48
Despre puterea gândului	pag. 53
Cum să te simți mai bine	pag. 56
Vampirii sociali	pag. 59
Cum să modelezi vampirii sociali din viața ta	pag. 66
Despre concediere	pag. 71
Cum afli care îți este vocația	pag. 74
Călătorie în prezent	pag. 79
Razboiul Angajat-Angajator	pag. 86
Angajat, freelancer sau angajator	pag. 91

Secțiunea 2 (angajat)**2.1 Cv-ul**

1. 15 întrebări și răspunsuri despre CV	pag. 96
2. De ce sunt CV-urile respinse?	pag. 99
3. Ce anume vor angajatorii?	pag. 101
4. 19 Sfaturi pentru CV-urile electronice	pag. 103
5. CV de primă clasă	pag. 104

2.2 Scrisoarea de intenție

Cum să-ți faci o Scrisoare de Intenție	pag. 107
10 NU-uri într-o Scrisoare de intenție	pag. 109
Personalizarea scrisorilor de intenție	pag. 112
10 Întrebări și Răspunsurile lor	
în legătură cu scrisoarea de Intenție	pag. 114
Scrisoarea de recomandare	pag. 116
Cum bați cel mai bine toba când îți cauți job	pag. 118
Aplicații spontane	pag. 123
Recrutarea online	pag. 126

2.3 Job tips

Folosește-ți calitățile!	pag. 134
Cum să găsești echilibrul între familie și carieră?	pag. 135
Ce să întrebi la un târg de joburi	pag. 137
Cele 11 reguli pentru o negociere deșteaptă	pag. 139
Ghid interviu angajați	pag. 142
Vreau un salariu de 700 de euro	pag. 147

2.4 Interviu

Ai 48 de ore să ajungi la Polul Nord!	pag. 150
Cele mai frecvente 41 de întrebări din timpul interviurilor și răspunsuri	pag. 153
Cum să înlături stresul interviurilor	pag. 160
Micile amanunte care îți pot salva interviul	pag. 162
Sfaturi despre cum să te îmbraci la interviu	pag. 163
34 de greșeli în timpul interviului	pag. 165
Cum poți obține jobul dorit în urma interviului	pag. 167
E rândul tău acum să pui întrebări angajatorului	pag. 171
Interviu. Tipuri și trucuri	pag. 173
Cum îți alegi un training potrivit	pag. 190
Despre recunoșterea diplomelor și cât de mult ne ajută un training	pag. 193

Ce caută de fapt angajatorii	pag. 196
7 sfaturi - cum să te înțelegi cu șeful	pag. 199
5 sfaturi - cum poți avea rezultate strălucite ca freelancer	pag. 202
Managementul Obiectivelor - Studiu de caz	pag. 208

Secțiunea 3 (angajator)

3.1 Motivare, management și leadership	pag. 212
-----------------------------------------------	----------

3.1.1 Leadership	pag. 212
-------------------------	----------

Management modern și eficient	pag. 212
Cine este mai puternic - individul sau echipa	pag. 216
Cum comunicăm schimbarea	pag. 219
Cum gestionăm riscurile	pag. 223
Motivație vs. deficit de competență	pag. 226
Despre tainele motivării non-financiare	pag. 232
7 sfaturi cheie pentru a-ți motiva non-financiar angajații	pag. 236
Teambuilding la birou	pag. 239
Înnoirea unui program de recunoaștere	pag. 244

3.1.2 Antreprenoriat	pag. 246
-----------------------------	----------

Poți deveni antreprenor	pag. 246
Trei probleme ale afacerilor nou inițiate și soluții ale acestora	pag. 248
Cum accesezi și implementezi proiecte cu finanțare europeană	pag. 251
Managementul vieții și al resurselor umane	pag. 255
Sfaturi cheie în recrutare	pag. 257
Proiect de succes sau proiect eșuat	pag. 261

3.2 Negociere și vânzări	pag. 267
3.2.1 Negociere	pag. 267
Timpul în negociere	pag. 267
Capacana în negociere - Acceptarea imediată	pag. 269
Cum să convingi contra cronometru - Legea coerenței	pag. 273
Nonverbal în negocieri - limbajul ochilor	pag. 277
Strategii de negociere (pierzătoare și câștigătoare)	pag. 281
Limbajul trupului - cât este mit și cât este adevăr	pag. 287
Strategie și persuasiune	pag. 291
Tehnica întrebărilor în negociere	pag. 294
Legea dovezii sociale în negocieri	pag. 298
Negocierea în afaceri - cum vând ceva scump	pag. 300
Tehnica Presupoziției (cât de ușor ar fi să ...)	pag. 303
3.2.2 Vânzări	pag. 304
Atitudinea greșită în vânzări	pag. 304
Cum să convingi în 5 pași simpli	pag. 307
Cum vindem în situații de criză	pag. 311
Negocierea salariului în situații de criză	pag. 315
Strategii de contracarare a obiecțiilor	pag. 323

PROIECTUL „FII GENIAL”:

O șansă în plus pentru persoanele aflate în căutarea unui loc de muncă

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013. «Investește în oameni!»

Proiectul a început la 1 noiembrie 2010 și se desfășoară pe o perioadă de 24 de luni, până la data de 31 octombrie 2012.

Obiectivul general al proiectului îl constituie „Promovarea și implementarea unui pachet integrat de servicii de informare, de formare profesională și de consultanță/asistență în vederea inițierii unei activități independente în vederea atragerii și menținerii a cât mai multor persoane aparținând grupului țintă pe piața muncii.

„Proiectul se adresează persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă din regiunea București-Ilfov, indiferent de gen, vârstă, categorie socială, convingeri politice sau religioase, respectând astfel principiul egalității de șanse. Persoanele aflate în căutarea unui loc de muncă pot completa începând de astăzi formularul de înscriere de pe site-ul proiectului – www.fii-genial.ro. Dintre aplicanți va fi selectat un număr de 120 de persoane care vor beneficia de cursuri acreditate, iar 40 de persoane vor beneficia de consultanță gratuită în vederea demarării unei afaceri.” – Marian Rujoiu

Cui se adresează proiectul?

Proiectul FII GENIAL! se adresează persoanelor din regiunea București-Ilfov aflate în căutarea unui loc de muncă, ținându-se cont de principiul egalității de șanse, membrii grupului țintă putând participa indiferent de gen, vârstă, categorie socială, convingeri politice sau religioase.

Din grupul țintă pot face parte, cu valoare de exemplu, următoarele categorii de persoane:

- persoane în căutarea unui loc de muncă
- persoane inactice
- șomeri
- șomeri de lungă durată

- șomeri peste 45 ani
- șomeri tineri
- șomeri de lungă durată tineri

Calendarul proiectului

Etapa 1 - 1 nov 2010 – 1 oct 2012: *Campanie de promovare în regiunea București-Ilfov pentru un număr de 500 de persoane prin intermediul unei cărți structurate pe 3 secțiuni :*

- *Secțiunea I – “Angajat sau angajator?”*
- *Secțiunea II – “Angajat”*
- *Secțiunea III – “Persoană independentă”*

Etapa 2 – 1 august 2011 – 30 aprilie 2012: 120 de persoane parte a grupului țintă vor beneficia de un curs de formare acreditat de către CNFPA_

Etapa 3 – 1 august 2011 – 30 aprilie 2012:

Furnizarea de servicii de consultanță pentru începerea unei activități independente sau pentru inițierea unei afaceri pentru 40 de persoane aparținând grupului țintă.

Consultanța online se va realiza prin intermediul unui help-desk ce va fi structurat pe patru mari paliere:

- juridic,
- financiar,
- marketing,
- management,

Se va acorda feed-back participanților atât în format text cât și în format audio-video

Rezultate

persoane informate: **500**

curs de formare acreditat de către Consiliul Național de Formare Profesională a Adulților - **120 beneficiari**

servicii de consultanță pentru începerea unei activități independente sau pentru inițierea unei afaceri - **40 beneficiari**



SECȚIUNEA 1 (angajat sau angajator)

CUM POȚI DEVENI REGIZORUL PROPRIULUI VIITOR?

În acest articol îmi propun să dezvălui câteva căi simple prin care poți atinge excelența. Mai jos sunt instrumente practice prin care fiecare dintre noi poate deveni regizorul vieții sale. Putem aștepta să ni se atribuie un rol de către cunoscuți, familie, de către o întâmplare sau putem decide noi să regizăm rolul pe care-l vom juca în marele film numit „Viitorul Meu”.

Jocul este un cuvânt care ne duce cu gândul la copii. Ei se joacă pentru a-și alunga plictiseala. Ei nu au încă un job, nu au griji care să-i macine, nu au rate la bancă și nu cunosc înțelesul profund al unor cuvinte precum: criză, nepăsare, șantaj, șomaj etc.

Cu toții ne aducem aminte cu plăcere de perioada când ne jucam, probabil fiecare dintre noi având jocul nostru preferat. Interesant este însă că oamenii nu încetează să se joace niciodată. Ne jucăm permanent. Jocurile au de obicei anumite reguli și urmăresc anumite obiective. Probabili sunteți puțin nedumeriți: Cum adică ne jucăm? Noi suntem oameni mari.

Pe măsură ce creștem ne jucăm tot mai mult. Jucăm și ieșim câștigători sau jucăm și ieșim pierzători. La primul nivel se află jocurile pe care le acceptăm și le recunoaștem ca fiind jocuri: jucăm fotbal, jucăm la loto, la pariuri sportive, ne jucăm în viața de cuplu (acele jocuri mici și drăguțe), ne jucăm cu copiii noștri sau ai rudelor noastre.

Apoi urmează un al doilea nivel al jocurilor pe care noi le jucăm permanent. Acestea sunt atât jocurile oamenilor mari, cât și jocurile copiilor. De exemplu, jucăm un rol al supărării sau jucăm un joc al plictiselii. Mai tot timpul încercăm să atragem pe cineva în el. De exemplu, copiii joacă foarte des jocul nemulțumirii. Ei joacă foarte bine acest joc. De obicei, ei joacă acest rol pentru a obține ceva. Ne atrag și pe noi în el, fie că vrem, fie că nu. Scopul jocului lor este să obțină ceva: o înghețată, o ciocolată, mâncare, o îmbrățișare sau atenție. Sunt experți în asemenea jocuri, iar experiența ne spune că sunt foarte buni jucători, ei de cele mai multe ori câștigându-le.

Oamenii mari joacă și ei acest joc al supărării. Se antrenează în familie, apoi urmează viața de cuplu, apoi jucăm cu copiii noștri. Și noi încercăm să jucăm jocul supărării cu copiii noștri. Uneori, aceasta este singura cale prin care putem câștiga. Suntem experți în a ne juca. Ca orice joc, acesta de multe ori are câștigători, iar nouă ne place să câștigăm și luptăm din puteri să-l câștigăm.

La nivelul următor apare categoria de jocuri pe care nu le recunoaștem a fi jocuri. Pe acestea le numim: fel de a fi, situație, problemă, provocare, obiectiv etc. Ceea ce noi facem zi de zi, fie că acceptăm sau nu, sunt tot jocuri. Aș vrea să luăm câteva exemple pentru a înțelege mai bine.

Jocul Plictiselii

Este jocul pe care foarte mulți dintre noi îl joacă. Regulile lui sunt destul de precise. Nimic nu trebuie să te bucure, nimic nu trebuie să te facă să zâmbești. Permanent găsești motive pentru care poți să rămâi plictisit. Este un joc foarte ușor. Uneori încercăm să ne găsim parteneri de joc și-i invităm și pe ei să joace acest joc. Simțim că pierdem atunci când nu ne găsim oameni care să joace și ei acest joc. Când cineva refuză să joace acest joc găsim în acest lucru un motiv de a continua să jucăm jocul plictiselii. Atragem oameni în joc. Inițial aceștia vor încerca să ne facă să renunțăm la acest joc al plictiselii. Unii reușesc să ne scoată din acest joc, alții însă intră și ei și-l joacă alături de noi. Satisfacția este maximă atunci pentru că avem parteneri de joacă. Fiecare dintre noi este un mic expert în a juca acest joc al plictiselii. La un moment dat devine a doua natură a noastră. Începem să vedem în jucarea acestui joc o înțelepciune profundă, o filosofie de viață.

Jocul Victimizării

Acest al doilea joc este un joc la fel de interesant. Este jocul care îți asigură confortul psihic. Pe măsură ce joci acest joc devii un expert veritabil. Ce poate fi mai comod decât identificarea unor răufăcători? Acesta este un joc pe care noi, românii, îl putem juca foarte bine. Regulile lui sunt simple și ușor de înțeles, iar fiecare eveniment este o ocazie de a-ți demonstra măiestria. Regula de bază este simplă: reușesc să-mi găsesc un rol de victimă în această situație. Fie că cineva are o realizare sau un eșec, scopul meu în acest joc este să-mi găsesc un rol de victimă. Când am găsit răspunsul, mă liniștesc și am satisfacție maximă. Este jocul care te prinde foarte ușor pentru că poți identifica diverse căi prin care poți avea satisfacție zilnică. Te hrănești din fiecare

eveniment situație sau problemă. Jocul victimizării este un joc pe care merită să-l joci dintr-un motiv foarte simplu: poți câștiga în fiecare zi. Cu cât vei câștiga mai mult, cu atât vei fi mai motivat să-l continui. După cum observați, victimizarea este un joc ce are reguli, poate fi jucat de oricine și câștigat de oricine.

Asemenea Jocului Plictiselii și Jocului Victimizării, mai sunt jocuri în care putem intra: Jocul Neputinței, Jocul „Nimic nu-mi convine”, Jocul Responsabilității, Jocul Dezorganizării, Jocul Vulgarității, Jocul Pesimistului. **Acestea sunt jocurile Eșecului.** Dacă joci oricare dintre aceste jocuri îți asiguri mari șanse pentru insucces. Nu o să ai realizări deosebite, în cel mai bun caz poți să scapi de un eventual eșec. Pe modelul celor două jocuri de mai sus puteți descoperi regulile și beneficiile lor. Evident, uneori poți juca Jocul Plictiselii, nu este însă obligatoriu să-l câștigi, trebuie să fii foarte bun pentru a-l juca permanent și să-ți modelezi comportamentul în fiecare zi.

Jocurile Succesului

Mai sunt o mulțime de alte jocuri pe care le poți juca. Oamenii de succes, oamenii fericiți nu joacă jocurile de mai sus. Sunt momente în care ei le încercă, însă refuză să le joace. Mai mult de atât, experiența noastră și istoria ne arată că ei aleg să joace alte jocuri. Să nu credem că oamenii de succes sunt persoane care nu se lasă prinși în jocuri. Și ei joacă, numai că ei au alte jocuri preferate. Printre jocurile de succes menționez: Jocul Provocărilor, Jocul Optimistului, Jocul Disciplinei, Jocul Efortului, Jocul Inovației, Jocul Responsabilității, Jocul Excelenței, Jocul Sensului, Jocul Medierii, Jocul Obiectivelor. Jocul Soluției, Jocul Antreprenorului, Jocul „Lucrului bine făcut”, Jocul Perfecționării etc.

După cum observăm, sunt foarte multe jocuri pe care le putem juca. Sunt mulți oameni care le joacă. Probabilitatea de a câștiga aceste jocuri este similară cu jocurile din prima categorie. Și aici sunt reguli și beneficii totodată. La fel ca în primul caz, nu este obligatoriu să câștigi.

Când joacă două echipe de fotbal există trei variante: câștigă echipa A, câștigă echipa B sau este scor egal. Eu, Marian Rujoiu, nu pot câștiga și nici nu pot pierde dacă nu sunt în niciuna dintre echipe. Pot câștiga numai într-un anumit caz, acela în care fac parte dintr-o echipă. Vreau să subliniez un lucru foarte simplu: **șansa de a câștiga un joc este egală cu zero atunci când nu joci acel joc.** Să luăm un exemplu, și anume Jocul Efortului.

Jocul Efortului

Jocul Efortului este un joc foarte greu. Nu-l poate juca oricine dintr-un motiv foarte simplu: nu are un câștig imediat. Este jocul unde trebuie să depui efort și poate dura luni sau chiar ani până a-l câștiga. Dacă în simplul joc al plictiselii regulile erau foarte simple și câștigurile imediate, jocul efortului este unul cu miză îndepărtată de cele mai multe ori. Și, ca orice joc, poți să-l joci, însă nu-i obligatoriu să-l câștigi. Am ales exemplificarea acestui joc drept joc al succesului tocmai din acest motiv, anume că este foarte greu. Multe jocuri pot fi inutile dacă nu joci și acest joc în paralel.

Efortul nu este singurul joc prin care poți atinge excelența, de multe ori însă el devine o condiție. Chiar și oamenii cu talent spun că e nevoie de efort pentru ca performanțele lor să fie vizibile. Exemplul cel mai clar este al jucătorilor sportivi. Oricât talent ar avea aceștia, fără efort nu pot câștiga medalii. Putem să nu fim de acord cu procentul 99% transpirație și 1% talent pentru a avea succes, însă orice procent am avansa, categoric vom alocă un procent ridicat efortului. Întrebarea este simplă: *vrei să joci jocul efortului?* Jocul efortului poate fi și el un joc plăcut. Nu este obligatoriu să-l jucăm permanent, însă, ca probabilitate, cu cât îl vom juca mai mult, cu atât șansele de a realiza ceea ce ne-am propus cresc.

Până la urmă **ține de alegerea fiecăruia ce jocuri este dispus să joace**. Pentru cei care au o minimă disponibilitate de a încerca jocul efortului voi explica pe scurt și de ce este important acest joc pentru a atinge excelența.

Există niveluri ale competenței, capacitatea de a face un anumit lucru. În funcție de cât de bine faci un anumit lucru poți fi considerat competent sau incompetent. La fel, dacă discutăm din punct de vedere al abilităților, tot la competență ajungem. Putem să ne cramponăm în diferența dintre competență și abilitate. Acestea, însă, de cele mai multe ori se confundă. Când mă refer la competență, mă refer inclusiv la abilitatea de a face un anumit lucru.

Voi descrie nivelurile competenței prin prisma unui exemplu, acela al șofatului

Treapta I – Incompetența Inconștientă

Exemplul oamenilor din triburi care nu au văzut niciodată o mașină sau un șofer. Aceștia **nu trebuie să depună niciun efort**, nu trebuie să se organizeze în niciun fel. Ei nici măcar nu știu că nu știu să șofeze.

Treapta II – Incompetența Conștientă

Vin în vizită la trib oameni cu o mașină. Ei își dau seama că nu știu să șofeze. Ei sunt conștienți că nu dețin competența de a șofa. Ei nu dețin măiestria de a șofa, iar la prima vedere vor observa o mulțime de butoane despre care nu știu la ce folosesc. Dacă se vor urca la volan și vor încerca să conducă, își vor da seama că **este nevoie de efort** pentru a învăța.

Treapta III – Competența Conștientă

Competența conștientă este atunci când un om din trib începe școala de șoferi. El conduce și devine conștient de competențele sale. El va fi conștient că, spre deosebire de colegii de trib, este mult mai competent în a șofa. El este conștient că are anumite competențe. Competența poate fi mai mare sau mai mică. El este însă conștient că poate să conducă. **El depune un efort** mai mare sau mai mic pentru a învăța. „Nimeni nu s-a născut învățat” este o zicală care are mai mult înțeles decât oricând. El poate renunța sau poate persevera până deprinde pe deplin competențele șofatului. El este conștient acum că are anumite competențe. El dă examenul și totuși nu este un șofer excelent. Poate fi cel mult unul bun în unele cazuri.

Treapta IV – Competența Inconștientă

Această treaptă este cea a exercițiilor. El exersează ce a învățat. De fiecare dată când conduce **depune un efort pentru a deveni mai bun**. Este nevoie de mult efort și perseverență. El deprinde o îndemânare și devine din ce în ce mai competent. După o sută de ore de condus competența lui conștientă se transformă într-una inconștientă. El nu se mai gândește acum că trebuie să bage în viteză sau că trebuie să pună frână sau că trebuie să semnalizeze. Toate aceste lucruri devin pentru el intuitive. El nu se mai gândește la competențele pe care le are, ci le folosește intuitiv. A fost nevoie de mult efort, multe repetiții și mult exercițiu pentru a ajunge în acest punct.

Treapta V – Excelența Competenței

Mulți dintre oameni rămân la treapta a III-a. Ei nu reușesc să treacă la „asimilarea competenței”. Alți oameni, conștient sau nu, trec la competența inconștientă. Ei trec la această etapă fie că și-au propus, fie că nu. Uneori trecem mai repede la această etapă întrucât „ni se potrivește” șofatul. Avem în noi o energie și o încredere care ne trec rapid la treapta a IV-a, anume competența inconștientă. Locul cel mai comod este aici, pe treapta a IV-a. Am scăpat de stres și am deprins competențe pe care le folosim inconștient. Întrebarea firească ar fi următoarea: „Și ce... nu-i de-ajuns?” Răspunsul este simplu: poate fi de ajuns! Nu ai atins însă excelența. Excelența înseamnă să mergi mai departe. Excelența înseamnă să „redevii” conștient de competențele tale și să le antrenezi. Să le antrenezi permanent și să le îmbunătățești. Este treapta în care oamenii buni devin foarte buni. Pentru exemplul de mai sus cu șofatul, putem spune că mulți oameni pot conduce bine, însă foarte puțini devin piloți de curse. Piloții de curse sunt aceia care au ales să se antreneze și să-și exercite abilitățile. Adevăratul efort abia acum apare. Este cazul tuturor celor care au făcut performanță. Aceștia au ales să-și îmbunătățească competențele, chiar dacă acestea au devenit inconștiente. Este cazul piloților și al tuturor sportivilor în general. Ei mai fac ceva în plus. Exersează pentru menținere, astfel că efortul lor are un dublu rol, acela de a menține și acela de îmbunătăți. Această treaptă a excelenței se aplică în orice domeniu: în afaceri, în teatru și film, în pictură sau în carieră.

Revenim acum la jocul efortului. Pentru a atinge excelența observăm că a juca jocul efortului devine aproape obligatoriu. Vrei excelență? Este simplu: înainte de toate trebuie să joci jocul efortului. Avem de-a face un cerc nu vicios, ci virtuos, în care efortul naște excelența, iar pentru menținerea excelenței este nevoie de efort. Premiul în jocul efortului este excelența, iar miza este succesul, așa cum îl înțelege fiecare.

Poți alege să joci jocul plictiselii, al victimizării sau jocul efortului. Fiecare joc implică avantajele sau dezavantajele lui. Nu te aștepta însă să participi la un concurs de maraton și să ieși pe locul întâi la săritura cu prăjina. Joci jocul plictiselii, câștigi plictiseală și tristețe. Joci jocul victimizării și câștigi statutul de victimă. Joci jocul efortului și câștigi Excelență. Nu ai cum să joci jocul plictiselii și să câștigi energie, ci numai în cazuri cu totul întâmplătoare, care nu sunt rezultatul jocului tău, ci al întâmplării.

De exemplu, dacă întâmplător joci jocul plictisiei și vrei să schimbi ceva, poți alege să joci jocul sensului. Dacă vrei energie de lucru, trebuie să încetezi să mai joci jocul pesimistului, și să joci jocul optimistului. Dacă ești dezorganizat, poți alege să joci jocul obiectivelor și poți câștiga o direcție sau o focalizare mai bună.

Putem aduce o mie de critici acestui mod de a privi lucrurile, anume ca joc. Poate că este prea realist sau „suprerealist” că trăim într-o lume a jocurilor. Poate așa și este. Privind însă în jurul nostru, observăm că cei care au jucat jocul antreprenorului au deschis o afacere care merge mai bine sau mai rău, observăm că cei care au jucat rolul optimiștilor au câștigat mai mult decât cei care au jucat rolul pesimiștilor. Vă propun măcar pentru o vreme să încercați să jucați un joc nou, poate fi un joc al bucuriei, al optimistului sau al efortului. Am o convingere, anume că fiecare poate alege ce fel de joc vrea să joace și poate spune totodată stop unui joc ce nu-i aduce nimic bun.

Eu cel mai adesea joc jocul provocărilor, al efortului, al optimistului. Au fost și situații în care am jucat Jocul Neputinței sau al Victimizării. Pe măsură ce jucam mai mult aceste jocuri, era mai greu să ies din ele, pentru că mă obișnuiam cu ele. N-am reușit să rezolv nimic bun jucând aceste jocuri. Când am decis să ies din ele și să joc Jocul Soluțiilor sau Jocul Responsabilității, au apărut rezultatele. În final, depinde ce vrem și ce riscuri suntem dispuși să ne asumăm. Este un joc prea mare pentru tine sau prea greu? Este în regulă! Trebuie numai să fii conștient că nu poți câștiga un joc decât dacă joci jocul respectiv.

Testează și oferă-mi feedbackul tău pe manager@traininguri.ro. Dacă ai nevoie de sfaturi și ți-ai propus să joci un joc și ai nevoie de mai multe indicații, te voi sprijini. Resursa cea mai importantă ești chiar tu, care alegi să joci un anumit joc și ești dispus să depui un efort în acest sens. Mi-ar plăcea să primesc feedbackul, fie că joci deja aceste jocuri și funcționează, fie că ai decis să încerci un joc nou.

Pentru cei care vor să aprofundeze aceste jocuri vă recomand Jocurile Experților în Afaceri, o carte excelentă scrisă de Michael Hall.

Scris de Marian Rujoiu și Raluca Rujoiu

CUM SĂ-ȚI OFERI CEEA CE MERIȚI? – DECALOGUL AUTOÎMPLINIRII!

Ne comportăm ca și cum am trăi mii de ani! În sine, fiecare zi nu înseamnă foarte mult, însă adunate, aceste zile reprezintă chiar viața noastră. Cotidianul, problemele mărunte ne prind în malaxorul lor de parcă am fi teleghidăți! Timpul nu poate fi recuperat, el trece, fiecare moment este unic! Ne bucurăm de viață prea puțin și amânăm mult prea mult lucrurile cu adevărat importante pentru noi!

Fie că ai 18, 20, 45, 55 sau 65 de ani, niciodată nu este prea târziu. Cu cât mai devreme, cu atât mai bine. Cu siguranță pe patul de moarte nu-ți vei fi dorit să fi petrecut mai mult timp la birou. Este bine să avem o carieră care ne oferă satisfacții emoționale și financiare! Este frumos să fim în căutarea succesului, însă totul capătă sens numai în momentul în care ne acordăm nouă atenția cuvenită. Mulți oameni își fac din bani un scop și consideră că atunci când o să-i aibă o să fie cu adevărat fericiți! Realitatea ne contrazice, banii sunt numai o necesitate pentru satisfacerea unor nevoi, fericirea însă vine din interior, din ceea ce simțim, din ceea ce facem zi de zi, din savurarea fiecărui moment. Mulți oameni așteaptă să ajungă la 50 sau 60 de ani pentru a realiza că nu și-au acordat lor suficientă atenție și abia atunci încep să aducă un echilibru în viața lor.

Avem facturi de plătit, chirii, rate etc., nu putem face abstracție de aceste lucruri! Trebuie să facem ceva în acest sens, trebuie să avem o sursă de venit! În momentul în care trăim doar pentru a plăti facturi, lucrurile se complică. Plecăm teleghidăți la serviciu, așteptăm să se termine programul, intrăm din nou în trafic, ne enervăm, ajungem acasă, ne uităm la știri, ne salutăm familia pe scurt, mâncăm în grabă, apoi ne uităm la un film și ne culcăm. A doua zi ne trezim din nou posomorâți și o luăm din nou de la capăt. O dată pe an încercăm printr-un concediu să ajungem la un echilibru, este însă mult prea puțin!

Câte zile din viața ta arată așa? Întreb din nou: **Câte zile din viața ta sunt teleghidate, parcă trase la Xerox?**

Este paradoxal, acordăm mai multă atenție facturilor, părerilor celorlalți, bârfelor, traficului! Un lucru îl facem bine, și anume să ne scuzăm că nu avem timp pentru noi. **Acest talent numit "scuzenie" este arma noastră finală, atât față de noi, cât și față de ceilalți.** Suntem

buni, ne scuzăm, ne victimizăm și ne reluăm fiecare zi monotona de la capăt. Nu ne oferim minții noastre nici măcar o oportunitate, nu încercăm să ne dăm nici măcar o șansă, iar dacă dăm o șansă, este una a amânării! Amânăm și ne scuzăm ca și cum am trăi mii de ani! Probabil ai înțeles și simți că ai doar o viață! Uită-te în urmă, poate totuși vezi și lucruri bune, iar în acest caz este minunat!

Te gândești cumva să îți oferi șansa de a-ți oferi mai mult? **Ai putea să-ți permiți să strălucești?** Da, este greu, iar scuzenia sub pretextul lipsei de timp duce la amânare, la lipsă de atenție! Ne scuzăm, ca și cum ar fi vorba de altcineva! **Provoacă-te și adu lucruri bune în viața ta!** Prima întrebare ar fi: **Care sunt lucrurile bune în viața ta și ce poți aduce bun în plus!**

Sunt grădinari străluciți, care au grijă de răsaduri, smulg buruienile sufocante și le udă! Grădinarii speciali vor vorbi cu semințele, cu răsadurile și se vor preocupa zilnic de creșterea florilor! Pentru ei este o artă. Grădinarii vor smulge orice buruienă care ar putea face rău plantelor, vor sădi noi soiuri și le vor crește apoi! Sunt mulți grădinari fericiți, ei în permanență se ocupă de grădina lor, de trandafiri, de lalele, ghiocei, crizanteme etc. Secretul constă în atenție, implicare, smulgerea buruienilor, pregătirea și întreținerea solului și hrănirea florilor! Grădinile cu flori sunt impresionante, te relaxează, te binedispun și îți oferă energie!

Cum arată grădina minții tale? Cum sunt gândurile și experiențele tale? Ce faci în acest sens? Sunt în grădina minții tale mai multe buruieni decât flori? Au sufocat oare buruienile frumoasele flori sau poate nu mai sunt nici măcar flori? Buruienile pot reprezenta grijile, stresul și lucrurile neimportante, chiar sufocante! Poate amânăm smulgerea buruienilor! Putem ajunge în stadiul în care ne putem convinge că noi nu creștem flori, ci buruieni sufocante! Ne uităm la ele ce mari și frumoase cresc, le admirăm și contemplăm! Aceste buruieni sunt frumoase, atât de frumoase încât le arătăm și celorlalți, ba chiar încercăm să-i convingem și pe ei să planteze asemenea buruieni! Încearcă pentru câteva clipe să te gândești la viața ta, la flori și la buruieni! Oare florile tale ce mai fac, sunt culcate la pământ? Nici nu ne mai amintim bine de ele! Poate că mai sunt pe undeva, însă efortul este prea mare pentru a avea o grădină a minții minunată!

Poate totuși simți și-ți imaginezi că ai putea face mai mult pentru tine, poate poți să devii cea mai importantă persoană din viața ta! Mai jos găsești 10 căi pe care le poți urma, doar dacă simți că ți se potrivesc și îți dorești acest lucru! S-au scris milioane de pagini pe această temă, va fi greu să surprind totul pe scurt, consideră, te rog, aceste căi drept un prim pas pe care-l poți face tu în relația ta cu tine!

Cele 10 căi

Hrănește-ți grădina minții cu informații/cunoștințe sau experiențe plăcute. Poți începe să mai citești. Dacă ar fi să-ți recomand o carte cu care să începi aceasta ar fi Robin Sharma – „Călugărul care și-a vândut Ferrariul”, publicată la editura Vidia (www.vidia.ro). Poate nu ai un Ferrari și nu trebuie să vinzi nimic după ce citești cartea! Cartea îți oferă mai mult, vei găsi în ea obiceiuri și ritualuri care te pot face mai fericit, mai împlinit! Urmează-le timp de 21 de zile!

Reflectează timp de douăzeci și una de zile asupra a ceea ce faci zilnic. Seara, timp de cinci minute, fă o retrospectivă cu lucrurile pe care le-ai făcut și pune-ți câteva întrebări: *Ce am făcut astăzi? Ce am făcut pentru mine? Ce aș putea aduce bun în viața mea? Cu ce anume am hrănit grădina minții mele? Ce semințe noi am plantat? Ce am făcut pentru ceilalți, ce aș putea face mai bun?* Nu sunt neapărat importante răspunsurile, cât sunt întrebările! Întrebările, în primul rând, ne vor face conștienți că a mai trecut o zi din viața noastră, o zi irepetabilă în care am făcut, gândit și simțit anumite lucruri! Încercați 21 de zile, iar apoi dacă vă simțiți confortabil continuați acest demers! Va fi un demers în care vă cunoașteți mai bine și o modalitate prin care puteți păstra ce este bun în viață și elimina ce este rău.

Simplifică-ți viața și bucură-te de fiecare clipă. Bucură-te când vezi un copil râzând, bucură-te când simți ceva bun, când râzi sau când vezi un lucru bun! Bucură-te când vezi oameni fericiți, bucură-te de o discuție, de o ceașcă de ceai sau de orice alt lucru mărunț! Dacă nu ești capabil/ă să te bucuri de lucrurile mici, paradoxal, va fi greu sau imposibil să te bucuri de lucrurile mari! Viața te pune în fel și fel de situații, unele poate mai puțin așteptate și lipsite de sens! Privește totul prin lentila bucuriei și savurează fiecare clipă timp de 21 de zile.

Ieși din starea de confort! Provoacă-te! Nu facem multe lucruri pentru că ne este mai confortabil și mai comod să nu le facem! Fă lucruri pe care ai fost tentat să le faci, dar nu le-ai făcut, încearcă să-ți învingi temerile și încearcă lucruri noi! Experimentează și îmbunătățește-ți grădina minții cu noi experiențe! Oferă-ți ocazia să faci lucruri pe care

nu le faci de obicei pentru că ești prins în malaxorul cotidianului! Gândește-te în fiecare zi la un lucru nou pe care l-ai face! Nu este nevoie neapărat să fie lucruri extraordinare, poți să încerci și lucruri simple, precum a gusta o nouă băutură, a vizita un loc nou sau un muzeu, fă-ți o coafură diferită! Mergi la conferințe sau întâlniri atipice, experimentează terapii complementare! Fă acele lucruri pe care le-ai amânat! Sunt o mulțime de lucruri care pot fi făcute cu bani puțini sau chiar fără niciun ban! Trebuie să investești în primul rând măcar câteva minute în fiecare zi! Cu siguranță va fi o investiție profitabilă! Ceașca sufletului este plină de rutină, prejudecăți și griji! Dacă vei încerca să torni în ea, va fi în zadar, fără efect! Mai întâi golește această ceașcă, măcar pentru o vreme, și pune în ea numai lucruri minunate, pune lucrurile pe care le meriți!

Scoate buruienile din grădina minții tale! Buruienile, pot fi „prietenii” care te storc de energie sau oameni care îți spun că nu poți! Cele mai importante buruieni sunt de fapt gândurile tale negative, pe care le alimentezi constant! Aceste senimente sunt derivate ale victimizării și neputinței! Acestea sunt jocuri ale minții tale care te rod în fiecare zi! Poți să devii atât de bun/ă în a te victimiza, încât ajungi în punctul în care îți faci un mod de viață din acest lucru! Imaginează-ți că ai ajuns la finalul vieții tale și întreabă-te: aș fi putut face altceva? M-a făcut fericit acest rol al victimei? Atât am putut?

Udă și îngrijește ceea ce ai bun! Dă o atenție sporită hobbyurilor tale și pune-ți în practică abilitățile și talentele! Pune aceste lucruri atât în slujba ta, cât și a celorlalți! Gândește-te la misiunea ta, la rolul tău în viața ta și a celorlalți. Einstein spunea că ce faci pentru tine este trecător, însă ce faci pentru ceilalți rămâne pentru eternitate! Dezvoltă-te pe tine ajutându-i pe ceilalți, oferă-le curaj, energie și sprijin! Fă puțină mișcare, ai grijă la alimentație! Oferă-ți atenție ție, familiei și celor din jurul tău! Dezvăluie potențialul din tine și permite-ți să strălucești! Schimbarea și strălucirea vin din interior și sunt de durată!

Vizualizează un viitor luminos! Forța vizualizării îți oferă energie pozitivă și rezultate! Proiectează-ți, asemenea unui film, cum arată viitorul tău! Proiectează imagini pozitive și luminoase! Încearcă să te vezi pe tine plin de energie, de încredere, de gânduri pozitive! Încearcă să te vizualizezi având un sentiment de împlinire și autorealizare! Proiectează și vizualizează rezultatul. Vizualizează în detalii cât mai precise, cu sunete, imagini și lumini! Pe măsură ce vei vizualiza, vei avea o imagine mai frumoasă a viitorului! Surpriza va fi că, pe măsură ce vei repeta acest proces, îți va fi din ce în ce mai clar ce ai de făcut pentru a ajunge acolo. Atunci când cunoști destinația, vei identifica o mulțime de căi pentru a ajunge acolo! Vei realiza astfel care sunt lucrurile cu

adevărat importante pentru tine și vei face ceva în acest sens! Va fi asemenea unui soare care îți luminează drumul! Rezultatele vor fi magnifice, vei observa schimbări după câteva zile! O să-ți placă atât de mult când vei vedea rezultatele astfel încât vei folosi forța vizualizării în multe alte aspecte ale vieții tale!

Adu în viața ta, în gândurile, sentimentele și acțiunile tale energie pozitivă! Adu în biroul sau în casa ta flori care-ți plac! Aprinde bețișoare parfumate! Citește o carte bună, evită știrile negative, stai de vorbă cu oameni fericiți și împliniți! Adu în fiecare zi din viața ta cel puțin un lucru pozitiv! Poți să încerci să folosești și mantră pentru a fi mai energizat și pozitiv! Mantra, repetată în fiecare zi timp de câteva minute, generează sentimente plăcute. Poți alege una din următoarele mantră: „*Sunt energizat, bucuros și fericit!*”, „*Mă simt din ce în ce mai puternic și mai capabil!*”, „*Fiecare celulă a corpului meu este o celulă a împlinirii, a energiei și a succesului!* *Simt cum puterea vine din interior!* *Sunt un izvor de energie și iubire!*”. Alege una sau două din ele, rostește-le în gând sau cu voce tare minute în șir! Alege și momente în care este liniște, poți însă să profiți și de timpii morți din trafic, atunci când aștepti pe cineva etc.! Vei simți rezultate deosebite după trei-patru zile și, pe măsură ce avansezi spre a 21-a zi, vei simți puterea mantrelor!

Revenind cu picioarele pe pământ ne putem gândi la facturile pe care trebuie să le plătim! Poate ar fi interesantă o călătorie în Tibet, până ajungem acolo, avem facturi de plătit, rate, telefoane etc.! Poate unele dintre ele sunt inutile, neaducând nimic bun în viața noastră, însă este o altă discuție! Până ajungem acolo avem un serviciu, fie ca angajat, fie ca angajator! **Vestea bună este că fiecare dintre cele 8 căi de mai sus poate fi aplicată și la job!** Nu ne oprește nimic să transformăm mersul la serviciu în momente de bucurie, de împlinire, de a încerca lucruri noi! Meditează asupra fiecărei căi și vei găsi căi precise pentru a transforma ceea ce faci în lucruri pozitive! Locul de muncă este un loc în care te poți cunoaște mai bine, un loc în care te poți dezvolta sau poți ajuta alți oameni! Este un loc în care te poți bucura sau unde poți vizualiza! Este posibil să existe anumite constrângeri, totuși nimic nu te oprește să schimbi locul de muncă cu prima ocazie! Timpul petrecut la serviciu poate fi un lucru plăcut rămânându-ți ca alternativă chiar transformarea hobbyului într-o afacere!

Ține un jurnal cu însemnări! Scrie în el despre progresul pe care-l înregistrezi, poți scrie în el gândurile care ți-au trecut prin minte sau sentimentele pe care le-ai încercat. Notează-ți pe scurt! Poți să scrii orice în el, inclusiv despre lucrurile pe care le apreciezi sau pentru care ești recunoscător. Am pierdut poate ani, prinși în malaxor. A urma aceste

căi 21 de zile poate reprezenta pasul către o viață fericită și una împlinită! Este important să fii puțin focalizat pe aceste căi în această perioadă, câștigul însă va fi nemăsurat! Doar 21 de zile! Alternativ la varianta clasică de a scrie într-o agendă sau caiet, poți să folosești calculatorul sau chiar un blog! Permite-ți să strălucești și bucură-te de viață!

Cu siguranță aceste 10 căi nu sunt limitative, mai sunt multe lucruri de spus, de imaginat, de simțit sau de văzut! Fiecare își poate găsi propria cale, propriul ritm și poate motiva alți oameni să aducă în viața lor bunăstare, echilibru și împliniri! Urmează cele 10 căi timp de 21 de zile, timpul minim necesar ca o acțiune să devină un obicei! Poți continua acest obicei și după! Eu îmi doresc din inimă să-ți formezi obiceiul de a străluci mai mult, de a te simți mai bine și de a obține tot ce-ți dorești!

Cu energie pozitivă,
Marian Rujoiu și Dan Lambescu

DE CE APARE EȘECUL SAU CUM SĂ EȘUEZI CU SUCCES!

Dacă nu ești foarte interesat de cum poți obține succesul, acest articol te va învăța cum să eșuezi cu succes.

O să găsești mai jos FORMULA EȘECULUI! Poate nu toți ne dorim succesul cu tot dinadinsul, poate ne putem mulțumi doar cu evitarea eșecului! Vei vedea mai jos cum trebuie să te porțorți pentru a înregistra eșec! Evident, vei spunea apoi intuitiv cum trebuie să te porțorți pentru a evita eșecul!

De sute de ani, oamenii încearcă să afle care este formula succesului. Au curs mii de pagini pe marginea acestui subiect și o să se mai scrie în continuare. Fiecare autor are o metodă, pe care o prezintă ca miraculoasă, aduce argumente și dovezi în acest sens. În acest articol nu ne vom ocupa de acest lucru, evident și eu am o părere în acest sens, la fel ca și tine de altfel. Aici, voi prezenta două căi sigure prin care tu să poți înregistra eșec după eșec! Oare aplici deja această formulă? Te invit să parcurgi rândurile următoare, urmând ca la final să tragi singur concluziile!

Prima regulă a eșecului: Fii consecvent și repetă-ți greșelile!

a. De câte ori greșești consolează-te cu gândul că a greși este cât se poate de omenește.

b. Începe rapid prin a da vina pe ceilalți, pe context, pe situație sau pe complexitatea problemei.

c. Fii obiectiv și nu-ți asuma niciun fel de responsabilitate! Până la urmă, dacă stai bine să te gândești nici măcar nu ai greșit, ci a fost doar o situație dificilă!

d. Nu încerca nici un moment să afli de ce ai greșit, încearcă să uiți, fii un om tare, care trece cu succes peste greșelile sale!

e. Stai de vorbă cu tine sincer și descoperă astfel cum că nici nu puteau ieși lucrurile mai bune de atât, pentru că nu depinde de tine!

f. Convinge-te că tu ai fost singurul care a acționat rațional, toți ceilalți au procedat greșit, fără să mai aducem vorba de context, care a fost complet defavorabil!

g. Acum că te-ai liniștit, felițată-te pentru prestația ta.

h. Nu te gândi nicio clipă că ai fi putut face ca lucrurile să iasă mai bine!

- i. Nu-ți asuma nicio vină sau vreo responsabilitate.
- j. Orice om serios este și consecvent! Încearcă să îți minte acest eșec și data viitoare când ai ocazia procedează la fel, știi bine doar că ai făcut cel mai bun lucru posibil și data trecută!
- k. Trebuie să ai viziune și să ai puterea să repeți aceeași acțiune sperând că de data asta vei avea rezultate mai bune!
- l. Nu schimba nimic, procedează la fel, lasă-te convins de viziunea ta care-ți spune că de data asta lucrurile vor ieși mai bine!
- m. Luptă până la capăt, chiar dacă a doua oară lucrurile ies prost! Tu din nou ai făcut tot posibilul!
- n. NU cumva sa îți pui întrebarea: **Eu ce puteam face sau ce puteam schimba pentru ca lucrurile să iasă bine de această dată?** Întrebările de acest gen sunt superficiale și nerealiste, sunt mai mult pentru filozofi, nu pentru tine!
- o. Dă dovadă de perseverență și acționează la fel și a treia oară!
- p. Ai o mentalitate de învingător și de om care nu renunță, dacă nu a ieșit nici prima oară, nici a doua oară, sunt șanse mari să iasă a treia oară!
- r. Procedează la fel și a treia oară și a patra oară și feliicită-te din nou. Ai trecut cu succes peste aceeași greșeală de trei ori!
- s. Întreabă-te: *Cine ar fi putut rezista la fel de mult ca și tine!*

A doua regulă a eșecului: Succesul de cele mai multe ori este destinația către eșec!

- a. De ce să trăiești cu iluzia succesului, când eșecul este mai concret și mai la îndemână?
- b. Tocmai ai făcut ceva și ai avut succes! Fii mândru de tine! Nu te întreba nicio clipă *De ce am avut succes?* Nu te gândi nicio clipă ce anume din tine a contribuit la realizarea acestui succes!
- c. Fii plin de tine, chiar puțin arogant, doar ai reușit!
- d. Nu te întreba cum ai putea face să ai succes din nou!
- e. Nu profita de ocazie să afli care-ți sunt punctele forte!
- f. Nu-ți aprecia succesul, ar însemna să te lauzi singur, iar acest lucru nu-i frumos!
- g. Nu te plasa pe tine în situație, pentru a afla ce anume din context te-a ajutat să reușești.
- h. Eventual, consideră o excepție ceea ce ți s-a întâmplat, nu încerca să tragi nicio concluzie!

j. Dacă ai o zi mai bună, în care ești eficient și ai spor, nu te întreaba *Ce anume ai făcut ca acea zi să fie bună?*

i. Dacă ai o altă zi în care lucrurile merg ca unse, nu te bucura de acest lucru, pentru că urmează cu siguranță să se întâmple ceva rău!

k. Dacă nu s-a întâmplat încă nimic rău, tu ai răbdare, e doar o problemă de timp să apară ceva rău!

l. Știi foarte bine că dacă lucrurile merg prea bine ceva este în neregulă. Intră rapid în panică și schimbă metoda!

m. Nu încerca să menții „starea de succes” pentru că este mai important eșecul care te așteaptă din moment în moment!

După cum observi mai sus, ai două căi sigure de a eșua cu succes. Aplicându-le constant, vei devenii un campion al EȘECULUI! Reține așadar că există o manieră unică de a repeta o greșeală și aplic-o cu măiestrie, iar pe de altă parte te sfătuiesc să nu înveți nimic din succesele pe care le ai, pentru că acestea sunt pur întâmplătoare! Comportă-te așa dacă vrei să ai eșec și invers dacă vrei să eviți eșecul - acesta putând fi primul pas către succes!

Scris de Marian Rujoiu și Cristina Rațiu

JOCUL OPTIMISTULUI

Putem să fim mai mult sau mai puțin optimiști. Putem să fim mai degrabă pesimiști. Sunt mai ușor de găsit și motivele pentru a fi pesimist.

Fiecare dintre noi se angajează într-un joc, fie al optimistului, fie al pesimistului. Jucând rolul pesimistului este mai ușor dar, încet-încet, vom vedea viața din ce în ce mai gri, la un moment dat chiar în negru. Poți să alegi să joci rolul pesimistului și vei avea câteva șanse de a-ți ruina semnificativ viitorul. Acum depinde de fiecare ce-și dorește!

Nu este obligatoriu să fim cu toții de acord. Putem, însă, toți să constatăm „dezavantajele” pe care le aduce cu sine o atitudine pesimistă. O listă scurtă a dezavantajelor imediate este următoarea:

Pesimistul:

- *renunță mai ușor*
- *are energie mai puțină*
- *riscă prea puțin*
- *este de prea multe ori trist*
- *identifică mai greu oportunitățile din jur*
- *are mai puțini prieteni și este evitat adeseori*
- *zâmbește mai puțin*
- *nu caută talentul din fiecare om*
- *nu caută nici talentul său*
- *nu are încredere în forțele proprii*
- *este mai „stresat”*

Știi că fiecare dintre dumneavoastră, când citiți aceste rânduri, găsiți și argumente pentru care merită să fii pesimist. Aveți dreptate, **este mai ușor să fii pesimist**. Vă puteți complăce în situații aparent fără ieșire, dați vina pe situație, pe context etc. Într-adevăr, e mai ușor să fii pesimist.

Să fii optimist nu-i tocmai ușor, pentru că aveți datoria să căutați soluții permanente, să vă păstrați umorul, să credeți în puterile dumneavoastră, să credeți și să simțiți că puteți primi și oferi mai mult.

Este mai greu să fiți optimist, este însă mai plăcut. *Simți că trăiești, simți că poți să zbori, ești mai fericit. Te bucuri mai mult, te bucuri de ce ți se întâmplă.*

Atunci când dai o dată cu un zar, probabilitatea de a da 6 este de 16.66%, iar dacă dai de trei ori probabilitatea de a da o dată 6 este de 50%. Prin urmare, optimistul este orientat spre a arunca de trei ori cu zarul. Un pesimist se gândește că probabilitatea este mică dacă aruncă o dată cu zarul, deci nu ar mai avea nici un sens să facă asta. În cel mai bun caz, încearcă o dată.

Vreau să simțiți că merită să fiți mai optimiști, pentru că este important să înțelegeți că veți câștiga foarte multe lucruri.

Evenimentele mici, negative trebuie să le priviți ca pe ușoare obstacole care pot fi depășite. Trebuie însă să vizualizați rezultatul, succesul și satisfacția ascunse la mijloc sau la final. Chiar și un eșec poate fi privit ca o **experiență de învățare. Optimismul te protejează și îți crește imunitatea**, uneori chiar și cea fiziologică. Sunt studii care demonstrează acest lucru. Cu siguranță însă vă va crește imunitatea în fața evenimentelor negative.

Sunteți ceea ce gândiți! Aveți grijă ce gândiți, pentru că gândurile dumneavoastră pot deveni vorbe, iar vorbele devin fapte. S-au făcut mii de experimente care demonstrează că modul în care gândiți vă influențează viața. Optimismul este asemenea unui magnet care atrage lucrurile bune în viața dumneavoastră. Nu de puține ori observăm că oamenii optimiști au mai mult succes. De ce oare? Știm încă puține lucruri despre cum funcționează creierul, cunoaștem însă mai mult efectele pentru că ne este mai ușor să le observăm.

Vă propun să încercați o vreme să jucați rolul optimistului. Veți vedea rapid rezultate. Viața personală și profesională vi se pot schimba radical. Pentru început, puteți face câteva lucruri simple, cum ar fi:

- **ori de câte ori întâlnești un obstacol, zâmbești și acționezi**
- **încearcăți, ori de câte ori aveți o problemă, să găsiți un lucru bun în mijlocul aceluia rău**
- **jucați-vă cu imaginația dumneavoastră. Imaginați-vă că sunteți o fire optimistă. Imaginați-vă pe dumneavoastră o persoană optimistă căreia i se întâmplă lucruri minunate.**

Henry Ford spunea: **Dacă tu crezi că nu poți, ai dreptate; dacă tu crezi că poți, din nou, ai dreptate.** Puteți să aveți încredere în dumneavoastră? Puteți să credeți că vi se pot întâmpla lucruri bune? *Acesta este cel mai frumos cadou pe care vi-l puteți face.* Să jucați o vreme jocul optimistului. Renunțați la văicăreli și acționați! **Bucurați-vă de viață și experimentați un comportament optimist! Merită din plin!**

Sper că acest mic articol a reușit să vă pună puțin pe gânduri. Sper să simțiți că se poate mai mult, sper să simțiți că merită încercat. Optimismul vă va aduce în viață **zâmbet, fericire și bucurii**, nu vă costă nimic să încercați.

Zâmbiți, urmează o nouă zi plină de experiențe de învățare și de lucruri bune!

Scris de Marian Rujoiu și Alina Rujoiu

JOCUL PERSEVERENȚEI**Vrei mai mult?**

Am scris în nenumărate rânduri despre a privi viața ca pe un joc. Am enunțat și două categorii de jocuri, și anume Jocul Succesului și Jocul Insuccesului.

Cum fac unii oameni de reușesc, iar alții nu? Sau cum fac unii oameni de pierd mai puțin sau mai mult? Fiecare dintre noi are dreptul moral de a-și alege modul în care vrea să trăiască. Poți să ai un job de execuție, să aștepti salariul la sfârșitul lunii, să trăiești liniștit zeci de ani. Poți să alegi să trăiești într-o casă și să ai câțiva copii care îți vor bucura serile și weekendurile. Nimic rău în a trăi în acest fel, ba, din contră, sunt foarte multe motive pentru a alege un asemenea stil de viață.

Există însă și o altă categorie de oameni, în care mă regăsesc și eu, anume a acelor care aleg să joace **jocul perseverenței**. Perseverență înseamnă să te bucuri de fiecare pas pe care îl faci, să trăiești fiecare clipă și în același timp să-ți dorești mai mult. **Alege să lupți! Alege să-ți aperi drepturile și să câștigi mai mult!** Vrei un salariu mai mare, vrei copii care să meargă la cele mai bune școli, vrei să vezi cât mai multe locuri de pe planetă? Vrei recunoaștere socială?

În acest al doilea caz unul dintre ingredientele succesului este perseverența. Perseverența apare atunci când majoritatea oamenilor se opresc, dar tu continui. Continui să lupți, continui să depui un efort, continui să fii optimist, continui tot ce poate fi continuat. Zâmbești, inspiri adânc și mergi mai departe. Pe măsură ce vei merge mai departe, vei avea mai multe motive de a te bucura și de a te simți împlinit. Trebuie să recunoaștem că acest joc al perseverenței este unul unde nu ai garanția rezultatului, ai însă o probabilitate mai mare de a reuși decât oamenii obișnuiți.

Încurajează-te permanent și lasă-i pe ceilalți să te încurajeze. Îndepărtează-i de lângă tine pe cei care nu-ți acordă credit și care parcă au trecut în fișa postului să te descurajeze permanent. Surprinzător, de foarte multe ori cei care te descurajează sunt prietenii.

Scriind articolul de față mi-am adus aminte o parabolă draguță.

Trei iepurași se plimbau prin pădure. La un moment dat, unul dintre ei cade într-o groapă destul de adâncă. Cei doi iepurași de pe margine au început să strige:

- Vai, acolo o să rămâi, nu o să reușești niciodată!

Iepurașul căzut în groapă începu să se căznească să iasă. Începu să se zbată și să se agațe de margini în dorința disperată de a ieși din groapă. Cei doi iepurași rămași la suprafață niciodată nu mai văzuseră un asemenea necaz și erau siguri că iepurașul căzut nu o să reușească niciodată, astfel că au început să-i spună iepurașului:

- Nu o să reușești niciodată!

Pe măsură ce iepurașul încerca mai mult, ei repetau același lucru, se agitau și mai tare și îi spuneau că nu o să reușească niciodată!

După zeci de minute în șir de strigături și încercări, iepurașul reuși să iasă.

O așa grozăvie iepurașii nu mai văzuseră până atunci și-l întrebară:

- Vai, iepurașule, dar cum ai reușit?

- Am reușit!

- Ai reușit, dar cum?

- Am reușit!

- Măi, iepurașule, tu nu înțelegi ce spunem?

- Am reușit și vă mulțumesc pentru încurajări, fără voi nu aș fi reușit niciodată!

Iepurașul nostru cel căzut în groapă era surd. El nu auzise cuvintele nicio clipă și a interpretat strigătele și agitația de pe marginea gropii drept încurajări. Iepurașul nostru nu ar fi reușit niciodată dacă ar fi auzit descurajările de pe margine:

Morala: Trebuie să fii surd atunci când ceilalți te descurajează și să interpretezi orice gest ca pe o încurajare și să continui să perseverezi în a-ți atinge obiectivele.

Fiecare dintre noi simte că merită mai mult. Trebuie să elimini orice sabotor din viața ta și din gândurile tale. Perseverența îți va da energia, energia îți va da optimismul, optimismul îți va da bucuria, iar bucuria îți va arata drumul. După ce vei ști drumul, poți să fii perseverent, intri în acest cerc virtuos, care este aproape un perpetuum mobile. Poți

alege să fii iepurașul de pe margine sau poți să alegi rolul celui care dorește mai mult. Poți să vrei mai mult de la viața personală, de la viața profesională, poți să-ți faci o viață mai colorată, mai plăcută și cu satisfacții infinite. Poți să simți că ai puterea de a face acest lucru și alege să faci un prim pas. Când ceva nu funcționează, perseverența nu înseamnă să continui, ci să încerci altceva. Dacă tu crezi că poți, ai dreptate, dacă tu crezi că nu poți, din noi ai dreptate!

Zâmbește și alege să fii regizorul propriului viitor!
:)

Scris de Marian Rujoiu

EXERCIȚIU PRACTIC DE RESPONSABILITATE

Succesul fiecăruia dintre noi depinde în mare măsură de fiecare în parte. Învățând din experiența oamenilor de succes, observăm că printre multe alte ingrediente se află responsabilitatea.

Ești responsabil nu numai pentru ceea ce faci, ci și pentru ceea ce ești. Succesul, voința, devotamentul, energia, prietenii, afacerile etc. - totul intră în responsabilitatea ta. Indiferent cum ai fi, este responsabilitatea ta. Reține trei lucruri simple:

- ești responsabil pentru ceea ce ai fost;
- ești responsabil pentru ceea ce ești;
- ești responsabil pentru ceea ce vei fi.

Unii dintre voi ar putea juca Jocul Neasumării sau Jocul Victimizării și nu vor fi de acord în niciun chip cu cele trei lucruri spuse mai sus. Sunt conștienți că poți găsi o mie de motive pentru care nu ești responsabil nici pentru ceea ce ai fost, nici pentru ceea ce vei fi. Este și acesta un joc. Putem să ne lamentăm și să rămânem în această situație. Vestea proastă este că, adoptând o asemenea atitudine, când vom vorbi peste ani, probabilitatea ca viața ta să fie mai bună decât astăzi este extrem de mică. O asemenea atitudine nu va atrage succesul. Oportunitățile parcă s-au vorbit și te ocolesc, la fel și lucrurile bune. Este o vorbă veche: o veste proastă nu vine niciodată singură. Cam așa este și în acest caz. Cu cât fugi mai mult de responsabilitate, cu cât te victimizezi mai mult, cu atât mai mult lucrurile vor merge mai rău. Este o alegere!

Putem aștepta destinul sau șansa pentru a ne „lumina” viitorul sau putem prelua noi inițiativa. Fiecare dintre noi poate fi prin sine „farul” cu care poate vedea oportunitățile și lucrurile bune din viață. Să ne închipuim că suntem într-o cameră întunecată și căutăm un obiect, pe care o să-l numesc Voința. La un moment dat ne putem enerva pentru că nu găsim Voința. Ne putem supăra și începem să ne văităm că nu l-am găsit. De asemenea, putem spune că nu-i vina noastră că nu am găsit Voința în niciun colțisor al camerei, mai ales că era întuneric.

Poți însă să faci altceva înainte să te victimizezi și să te enervezi. Încearcă să te gândești ce ai fi putut face pentru a găsi Voința. Dai vina pe întuneric, pe lipsa de timp sau pe dezordinea din cameră. Poți face altceva - poți să aprinzi lumina. Având lumină poți găsi ceea ce cauți mult mai ușor. Cel mai probabil vei găsi și Voința în acea cameră.

Îndemnul meu este să aprinzi lumina. Metaforic vorbind, lumina este în cazul nostru Responsabilitatea. Fiind mai responsabil pentru ceea ce ești și ceea ce urmează să fii, ai o viața în care nu mai băjbâi prin întuneric.

Ești o persoană ghinionistă sau una norocoasă?

Ești o persoană care un job bun sau nu?

Ești o persoană care are prieteni de încredere sau nu?

Ești o om care are o afacere de succes sau nu?

Ești o persoană care are mașina pe care și-o dorește sau nu?

Ești o persoană împăcată cu ceea ce face sau nu?

Ești o persoană care îi inspiră pe ceilalți sau nu?

Lista poate continua. Vreau să subliniez un lucru simplu: ești ceea ce ești datorită alegerilor pe care le faci! Fiecare alegere îți poate schimba viața în bine. Chiar și atunci când nu alegi, de fapt ai ales să nu alegi. Fiecare alegere îți influențează prezentul și viitorul, al tău și al celorlalți. Întrebarea nepusă în acest articol până acum este următoarea:

Ești pregătit să-ți asumi responsabilitatea sau nu?

Asumarea responsabilității îți poate ghida acțiunile. Asumându-ți responsabilitatea, atât pentru eșecul, cât și pentru succesul tău, poți învăța și îți poți schimba viitorul. Nu ai cum să schimbi viitorul fără să-ți asumi responsabilitatea prezentului. Asumarea trecutului și prezentului este punctul de plecare pentru viitor.

O asemenea atitudine, mai ales pentru noi ca popor, este greu de acceptat. Suntem puternic antrenați să aruncăm vina pe ceilalți, să fugim de responsabilitate. Ne place să vorbim prea mult „în principiu” și prea puțin „concret”. Mass-media este foarte reticentă în a promova modele pe care merită să le urmezi, zona politică suferă o decădere tot mai mare, iar oamenii, ori de câte ori observă o idee bună, caută o mie de motive pentru care ea nu ar merge. Cu alte cuvinte, contextul nu este unul favorabil, iar Jocul Responsabilității devine greu de jucat.

Spuneam că sunt Jocuri ale Succesului și Jocuri ale Insuccesului. Responsabilitatea este un joc al Succesului. Este privirea într-o oglindă

curată în care îți asumi exact ceea ce ești. O întrebare simplă pe care ai putea să o pui ca cititor este: „Și cum pot juca acest joc al Responsabilității?”. Pot demonstra matematic că acest joc merită jucat, mai pot aduce și mii de argumente pentru a te face să înțelegi importanța lui. Mai trebuie însă ceva, trebuie să CONȘTIENTIZEZI! A conștientiza importanța și necesitatea acestui joc nu este un demers teoretic, nici un demers fizic și nici măcar unul psihologic. Cu sau fără ajutorul meu trebuie să SIMȚI Responsabilitatea. Asumarea Responsabilității este un sentiment.

A-ți asuma Responsabilitatea pentru ceea ce faci și pentru ceea ce ești este un demers ușor de înțeles și poate reprezenta un punct de cotitură în viața fiecăruia dintre noi. Am auzit oameni spunând: „Am înțeles că până la urmă sunt responsabil pentru ceea ce mi se întâmplă. Pot să mă mint, să dau vina pe context sau pe ceilalți, până la urmă însă am conștientizat că pentru a schimba ceva în viața mea trebuie să îmi asum ceea ce sunt, inclusiv ceea ce urmează”.

Sunt însă oameni care nu vor să-și asume responsabilitatea, așa este firea lor și nu fac nimic în acest sens. Mulți dintre ei nu pot fi convingși niciodată. Sunt cazuri însă când oamenii conștientizează brusc și-și spun: **gata am înțeles și am simțit că eu sunt responsabil pentru ceea ce mi se întâmplă!**

Îți propun un exercițiu simplu care să te ajute să fii mai responsabil decât ești acum.

Citește rândurile de mai jos numai în cazul în care ai două minute libere și vrei să mai faci un mic pas în asumarea Responsabilității. Trebuie doar să citești și să încerci să simți ceea ce spui, fie că ești de acord, fie că nu. Este o adaptare după exercițiul „Muntele de Cristal” folosit în NLP pentru a înțelege *pattern-urile de limbaj utilizate de Milton Erickson*. Este important să citești cuvânt cu cuvânt rândurile de mai jos.

Exercițiu

„Ești un om responsabil, uneori mai mult, alteori mai puțin. Ți-aduci aminte de întâmplări din trecut și înțelegi că uneori ai fi putut face mai multe, alteori mai puțin. Te voi ruga să-ți imaginezi anumite lucruri... și nu contează dacă tu simți că nu-ți poți imagina aceste lucruri. Poate gândurile tale vor rătăci puțin (poate te vei gândi la altceva), iar tu poți

să citești cu voce tare, în șoaptă sau în gând, dar nici asta nu contează, căci cuvintele citite vor continua să te relaxeze... și nu are nicio importanță dacă nu înțelegi unele cuvintele, deoarece foarte curând te vei simți mai relaxat/ă decât te-ai simțit vreodată...

Poți vedea în fața ta o potecă naturală. Urmând poteca, miroși parfumul dulce al florilor în timp ce ajungi la o poartă. Intri într-o grădină și observi pe lateral o cărăruie pietruită pe care tu te hotărăști să o explorezi. Cărarea șerpuiește prin grădină, printre florile minunate, printre tufe și alte plante... În scurt timp ajungi la colțul unui gard viu. Când îl ocolești, vezi în fața ta un munte minunat. Este multicolor și seamănă cu un *crystal* imens. Te apropii de el și vezi că are o mulțime de trepte naturale - responsabilitate, voință, asumare, iar tu te hotărăști să le urci. Pășind pe prima treaptă, observi că, la bază, muntele are *culoarea roșu*. Este un roșu puternic aprins și observi, în același timp, că într-o parte a muntelui cresc flori roșii, iar în partea cealaltă se găsește un cireș încărcat cu cireșe roșii strălucitoare. Ești relaxat, responsabil și plin de viață. Florile roșii degajă un miros îmbătător și te gândești să culegi o cireașă. Când muști din ea, suc dulce îți umple gura... Mai urci câteva trepte pe Muntele de Cristal și zărești sub picioare o *culoare portocaliu* strălucitor... Se pare că ai ajuns într-o livadă cu portocali, fiindcă toți pomii din jurul tău sunt încărcăți cu portocale îmbietoare. Ți-ar plăcea poate să ai un viitor strălucitor și poate că ți-ai dori să bei niște suc de portocale... direct dintr-o portocală... Acum urci alte câteva trepte și ajungi la un nivel în care vezi mult *galben*. Peste tot se zăresc flori galbene... înalte, scunde, mari și mici... în lateral curge un pârâiaș și decizi să te răcorești în undele lui... te scalzi la umbra unui lămâi și aroma puternică și proaspătă de lămâie te revigorează și mai mult... După alte câteva trepte, ajungi în mijlocul unui *verde* luxuriant. Este plin de energie, tu te simți mai puternic, mai relaxat și mai plin de responsabilitate. Parcă ai fi într-o junglă tropicală. Din sutele de copaci zboară păsări și animalele tale favorite îți ies în cale și te salută... Urci la următorul nivel și totul în jurul tău este *albastru*. Niciodată nu ai văzut un albastru mai frumos... și niciodată nu ai simțit atâta bucurie. Într-o parte a muntelui, poți vedea marea și câțiva delfini care se joacă în apa limpede, albăstruie. Zâmbești, ești tu și lumea, alegi să te scalzi în marea albastră, poți înota și te poți juca cu delfinii pentru un timp... Revenind pe munte, urci mai departe și în jurul tău totul se preschimbă în *violet*... parcă te-ai găsit și regăsit pe un munte gigantic... lumina se reflectă din piatră și totul scânteiază în jur... În cele din urmă ajungi în vârful muntelui și totul devine *alb*... orbitor de alb.

Toate gândurile și visele tale favorite se află aici... îngeri, zâne, nori, raze de soare... orice dorești se află aici... totul fiind scăldat într-o lumină albă, strălucitoare... Acum te bucuri de Muntele de Cristal. Aici, pe Muntele de Cristal, ești pregătit/ă și receptiv/ă pentru tot ceea ce îți voi spune în mod pozitiv, înălțător, armonios... și tot ce citești bun pentru tine pe acest munte este acceptat de tine și de subconștientul tău.

Ești o persoană care conștientizează că este responsabilă pentru ceea ce face și pentru ceea ce este. Culoarele prezentului și ale viitorului sunt luminoase. Privești către trecut și îl vezi asemenea unui film. Auzi vocile prietenilor tăi care te-au sprijinit și te-au ajutat. Ți-aduci aminte de copilărie, când te jucai și erai lipsit de griji. Lumina trecutului este tot mai strălucitoare, iar în minte îți vin imagini. Unele nu sunt foarte colorate. Vezi aceste imagini ca într-un album și sunt din ce în ce mai colorate și mai intense. Ești acum pe vârful muntelui de cristal unde ești fericit și încărcat de energie. Totul în jurul tău strălucește, albul este cel care luminează totul în jurul tău. Simți că ai toate resursele pentru a reuși. Și mai știi că poți hotări în numele tău. Ceea ce ești este o consecință a acțiunilor tale, iar acțiunile tale sunt alegerile tale, iar alegerile tale sunt ceea ce ești. Știi că ești responsabil pentru ceea ce ești și pentru ceea ce vei putea fi. Dispui de voință, energie, responsabilitate, încredere, bunăvoință, sprijin, abilități cheie, instruire. Pe muntele de cristal ai găsit un cutăr cu resurse infinite, ai totul pentru a putea reuși și ești bucuros. Este un cutăr plin cu resurse. Îl deschizi și iei din el încredere și imediat ce ai luat-o simți că ai încredere tot mai multă în tine, apoi bagi mâna și iei Responsabilitate. Acum te simți mai responsabil, mai puternic, mai plin de încredere. Accepti ceea ce ești și ce urmează să fii. Acceptarea este însoțită de sentimentul că toate acțiunile din prezent îți pot schimba viitorul. Zâmbești, parcă te-ai găsit și regăsit pe un munte gigantic unde lumina se reflectă din piatră și totul scânteiază în jur. Totul în jurul tău este alb.

Toate gândurile și visele tale favorite se află aici... îngeri, zâne, nori, raze de soare, asumare... orice dorești se află aici... totul fiind scăldat într-o lumină albă, strălucitoare... Acum te bucuri de Muntele de Cristal și privești în viitor. Ești pe vârful muntelui de cristal și vezi foarte departe. În dreapta ta este cutărul plin de resurse de unde tu tocmai ai luat din el încrederea și responsabilitatea. Închizi ochii și-ți imaginezi viitorul. Îți apar în minte o serie de imagini. Ești pe muntele de cristal, iar lumina albă strălucitoare luminează imaginile care îți apar în minte. Te imaginezi pe tine în viitor drept un om responsabil și conștient că

este regizorul propriului tău viitor. Te vizualizezi pe tine în acest fel din ce în ce mai clar, iar acum te simți din ce în ce mai responsabil și din ce în ce mai relaxat. Sunt multe lucruri pe care le poți face pe muntele de cristal. Ai urcat, ai ajuns sus, acum este momentul să-l părăsești cel puțin pentru o vreme. Îi mulțumești muntelui de cristal... iar tu știi deja că poți reveni pe acest munte oricând îți dorești.

Acum zâmbește și respiră adânc, iar când vei termina de citit vei fi în plină formă și perfect sănătos/sănătoasă, cu toate simțurile ascuțite. Și vei fi cu totul în măsură să petreci o zi plină de vigoare, eficacitate, energie, optimism, entuziasm și bucurie pentru a trăi cu zâmbetul pe buze. Ești mai responsabil și acum trebuie să revenim la starea inițială. Inspiri adânc și ai o senzație de bine, acest exercițiu este la final. Inspiri și mai adânc, iar senzația de bine urcă tot mai mult în tine și ai conștientizat că asumarea responsabilității face parte din tine.

.....

Sfârșitul exercițiului

.....

Ce poți face acum?

Poți să fii sau nu de acord cu exercițiul de mai sus. Poate că exercițiul a avut un impact mai mare sau mai mic asupra ta. Poate culorile muntelui te-au bucurat. Poți să mai citești o dată acest exercițiu. Poți să-l și printezi, este mai ușor de citit. Ai putea să-l oferi și prietenilor/prietenelor tale.

Scris de Marian Rujoiu și Dan Lambescu

LENTILA BUCURIEI

Sunt lucruri care ne bucură mai mult, altele mai puțin. Cele mai multe lucruri sau evenimente sunt cele care ne rămân indiferente. Poți să citești acest articol și să fii și mai relaxat și să conștientizezi că poți să te bucuri de viață mai mult decât de obicei.

Sunt multe lucruri care ne bucură. În aparență nouă ne plac și ne este indiferent dacă altora le par mai ciudate. Ne poate bucura un zâmbet, ne poate bucura un joc de cărți, ne poate bucura o melodie frumoasă sau un joc de șah. Fiecare cu micile lui nebunii sau micile plăceri, sunt ale fiecăruia dintre noi. Aceste mici bucurii ne fac viața mai frumoasă. Sunt și multe lucruri pe care ni le dorim. Pe mulți dintre noi, lucrurile pe care nu le avem, dar ni le dorim, ne fac nefericiți. Sunt lucruri care nu pot fi schimbate, însă sunt și multe lucruri care se pot schimba. Ce-ți propun nu este nici să te schimbi, nici să rămâi la fel. Îți propun să schimbi puțin unghiul din care privești lucrurile care-ți sunt indiferente. Rutina zilnică, nu degeaba se numește rutină, te macină cel mai mult. Îți propun ca fiecare lucru care ți se întâmplă să-l privești prin lentila bucuriei. Poți să-l privești și cu puțin umor pentru că te va bucura și mai mult și vei avea o stare de spirit pozitivă. Bucură-te de fiecare lucru care ți se întâmplă chiar și atunci când el face parte din rutina zilnică! Bucură-te când vezi un copil râzând sau când mergi la un film! Bucură-te când bei un suc! Un suc costă un dolar, iar milioane de oameni trăiesc în lume cu mai puțin de un dolar pe zi! Bucură-te când auzi că unui prieten i s-a întâmplat ceva bun! Bucură-te din suflet și spune-i acest lucru. Bucură-te de momentul în care cineva te strânge în brațe! Trăiește din plin clipa! Bucură-te de lumina soarelui și de răsărit, bucură-te de verdele din jurul tău! Admiră-te pe tine de câte ori faci un lucru bun! Nu-i de ajuns să muncești, trebuie să te și bucuri că ai ocazia să muncești, sunt milioane de oameni care nu-și găsesc un loc de muncă. Bucură-te dimineața pentru că urmează o nouă zi în care tu te poți bucura de fiecare clipă, sute de oameni se culcă seara, iar dimineața nu se mai trezesc! Bucură-te că ai prieteni, poate unii dintre ei chiar merită statutul de prieteni! Bucură-te când vezi pe cineva zâmbind, cu siguranță există un motiv pentru care se bucură. Ajungi seara acasă, gândește-te la lucrurile care te-au bucurat. Încearcă să vezi prin lentila bucuriei fiecare lucru care ți se întâmplă. Poți să simți că merită să te bucuri. Invidia omoară bucuria. Bucură-te de binele altuia și încearcă să înveți de la el! Bucură-te că ai de la cine învăța!

Te mai poți bucura de ceva permanent. Poți să te bucuri că ai posibilitatea să te bucuri permanent de fiecare lucru. În plus, puteai să nu te naști. Bucură-te că exiști, că respiri, că vezi și că simți! Lucrurile care-ți sunt indiferente sunt lucrurile care te pot bucura, trebuie numai să accepți ca aceste lucruri să te bucure. Folosește lentila bucuriei și zâmbește, iar din când în când folosește lentila umorului. Amuză-te că lucrurile sunt într-un fel, și nu altfel. Uneori nu este bine să iei lucrurile prea în serios. Înainte de a lua lucrurile în serios, zâmbește! Oamenii, de multe ori, se iau prea în serios și devin ridicoli. Bucură-te de viață și de slujbă!

Vestea bună este că poți folosi lentila bucuriei gratis. Câștigi bună dispoziție, o stare de spirit mai bună. Și, cum un lucru rău nu vine niciodată singur, la fel nici un lucru bun nu vine niciodată singur. O bucurie va aduce cu ea o altă bucurie, iar un zâmbet va aduce alt zâmbet. Trăiește clipa și bucură-te! Poți să simți acum și să vezi că și lucrurile mici pot fi motive de bucurie. Încearcă acest lucru de câteva ori și încet-încet te vei obișnui. Poate că te întrebi ce rost are? Are un rost, și anume acela de a fi fericit în primul rând cu ceea ce ai și să vrei ceea ce ai. Poți să vrei și ceea ce nu ai, însă, înainte de toate bucură-te de ceea ce ai.

Scris de Marian Rujoiu

LIFE COACHING - ESTE BINE SĂ FACI CEEA CE FACI?

Dedic acest articol unui prieten foarte bun, Bogdănel, care mi-a dat și ideea acestui articol. Atunci când vorbim de management personal, fiecare dintre noi ne gândim la o mai bună organizare a noastră. Vreau să merg însă, mai departe de Time management și prioritizare, aș dori să discut despre substanța managementului personal, cumva despre ceea ce definește autenticitatea unui om, corelată cu performanța lui. Acest articol este mai mult un demers intelectual și practic în același timp, în sensul că pot fi picioare care te conduc pe un drum, capul însă tu trebuie să fii, pentru a auzi, a simți și a vedea.

Cine sunt eu?

Suntem de obicei experți în a ne da cu părerea despre ceilalți și despre ceea ce fac ceilalți. Ne place să criticăm mult și mai puțin să apreciem meritele celorlalți. Când vine vorba de noi, tendința este de a ne evalua nerealist. Sunt într-adevăr persoane care se autoevaluează foarte dur, acestea mergând mai degrabă pe o pantă a lipsei de încredere în forțele proprii. Revenind însă, care sunt punctele tale tari și care sunt punctele tale slabe? Chiar dacă pare ușor, mulți dintre noi preferăm să ne mințim singuri, raportându-ne prea mult la valorile sociale, la părerile celor din jur. Astfel, oamenii ajung să creadă că sunt buni organizatori, chiar dacă n-au excelat niciodată în acest domeniu, se cred experți în cate un domeniu, chiar dacă nu sunt, și lista poate continua.

Din nefericire, oamenii care cred acest lucru nu au nici o vină. Presiunea socială este atât de mare și apare astfel următoarea confuzie între:

Cum sunt eu? < > Cum aș vrea să fiu?

Totuși, până la urmă, care este problema în a-ți urmări obiectivele și în a-ți proiecta imaginea a ceea ce vrei să fii? Chiar consider că este un lucru excelent să știi exact ceea ce vrei să fii. **GREȘALA apare însă în următorul punct: atunci cand oamenii vor să fie într-un anumit fel care nu-i definesc.**

Apar, astfel, cazuri de oameni care după un an, doi sau 10 ani fac anumite lucruri. Dacă-i întrebi acum, îți vor spune că fac exact ce și-au

dorit. După 10 ani însă, acești oameni ajung des la concluzia: **locul meu nu este aici, nu vreau să fac acest lucru toată viața, locul meu nu este aici, m-am săturat, eu nu asta mi-am dorit etc.** Probabil, fiecare dintre noi cunoaștem asemenea persoane și sunt foarte mulți oameni care ajung în situația aceasta, fiind ceva de speriat. Ca un corolar, rețineți: nu-i nici o problemă să tinzi să fii într-un anumit fel, să fii privit într-un anumit fel, să ai un anumit job sau să ai un anumit comportament social.

Întrebarea magică pe care tu trebuie să ți-o pui este următoarea: chiar îmi doresc acest lucru cu adevărat?

Ne place să credem că ne-ar plăcea să facem un anumit lucru. Discrepanța apare atunci când acest lucru nu ne reprezintă. De exemplu, ar putea să-ți placă ideea de a fi șeful unei echipe. Ți dorești acest lucru, însă acest lucru este cel care te reprezintă? **Aici apare diferența între ceea ce ți-ar plăcea ca idee și ti-ar plăcea cu adevărat, diferență care pe cât este de fină, pe atât este de importantă. Fiind cinstit cu tine, coborând din lumea ideilor în lumea realității, câștigi foarte mult: scapi de stres, scapi de bătaie de cap, economisești timp (chiar ani de zile) etc.!**

Bun... și următoarea întrebare din partea ta ar putea fi: **De unde știi ce mi se potrivește?** Fără prea multe discuții, răspunsul ar fi că ți se potrivește ceea ce te definește cu adevărat! Ai putea întreba însă: **de unde știi ce mă definește cu adevărat?**

Frumoasă întrebare, am și răspunsuri frumoase la această întrebare. Dacă găsești răspunsul acestei întrebări, atunci vei putea face rapid o conexiune între „ceea ce-mi doresc” și „ceea ce mă definește”.

Scurt ghid în a afla ce te definește.

Răspunzând la următoarele întrebări vei afla cu adevărat ce te definește. Ce-l definește pe un om, nu-l definește pe celălalt, astfel că răspunsurile trebuie să fie personale, unice și sincere în același timp.

1. Când ai avut ultima realizare? Ce abilitate de-a ta te-a ajutat să ai acea realizare?
2. Ce faci întotdeauna cu o plăcere deosebită?
3. Ce-ți doreai să faci când atunci când erai mic?

4. Care sunt acele lucruri pe care le faci mai ușor decât ceilalți oameni?

5. Ce autor îți place și de ce? Ce simți atunci când îl citești și ce gânduri îți vin în minte?

6. Dacă ai avea o baghetă magică și ai putea să schimbi lumea, ce ai schimba la ea, astfel încât să ți se potrivească?

7. Cu ce anume nu sunt de acord ceilalți la tine, de cele mai multe ori?

8. Ți place să lucrezi singur sau să lucrezi alături de cineva?

9. Dacă faci o comparație între activitățile pe care le făceai acum doi ani și cele pe care le faci acum, care ar fi diferența? Când ți-a plăcut mai mult și de ce anume crezi acest lucru?

10. Preferi să lucrezi direct cu oamenii sau preferi mediul online, sau poate lucrul cu documente și strategii etc.? Care dintre aceste trei lucruri le faci mai bine?

11. În dezvoltarea ta, îți place să înveți de la ceilalți sau îți place să înveți singur?

12. Ți este ușor să vorbești cu oamenii?

Lista de întrebări poate continua. În principiu, trebuie să dai răspunsuri sincere, urmând ca apoi să ajungi la anumite trăsături, abilități, comportamente și talente.

Răspunde la întrebările de mai sus! Este important să le pui pe hârtie, va fi un prim pas. O să ajungi la concluzia că te definesc talentele tale, iar răspunsurile de mai sus te vor ajuta să găsești repere în identificarea talentelor tale.

Mai jos ai exemple de talente pe care le poți avea. Lista poate fi completată cu încă alte sute de talente.

Amplificator: Vezi potențialul în ceilalți și știi cum să-l amplifici.

Comunicare: Ți place să explici, să descrii.

Cuceritor: Dorești cu orice preț să câștigi oamenii de partea ta.

Empatie: Poți simți cu ușurință stările emotive ale celor din jur.

Focalizare: Încotro mă îndrept? Ai o abilitate deosebită de a-ți stabili obiectivele.

Importanța: Vrei să fii „recunoscut”, să fii auzit.

Inovație: Ești fascinat de idei și concepte (noul, provocatorul, ineditul).

Intelect: Îți place să ai o activitate mentală constantă.

Împlinire: Nevoie constantă de obținere a succesului.

Leadership: Vrei să preiei controlul pentru că simți că vei avea rezultate.

Mediator: Cauți întotdeauna să ajungi la un consens.

Ordine: Totul în jurul tău trebuie să fie disciplinat și organizat.

Organizare: Care este cea mai bună cale de a rezolva lucrurile? – începi organizarea.

Perfecționist: Excelența, și nu media, este unitatea ta de măsură.

Pozitivism: Vezi partea plină a paharului.

Responsabilitate: Scuzele nu sunt de ajuns când nu ai reușit un lucru.

Siguranța de sine: Încrederea pe care o ai în forțele proprii.

Soluționare: Îți plac soluțiile.

Spirit de echipă: Vrei să-i faci pe oameni să facă parte dintr-un grup.

Strateg: Cauți cea mai bună cale de a merge mai departe. Ai viziune.

Atenție! Tendința de a-ți revendica foarte multe talente este mare. Încearcă să le alegi pe acelea care ți se potrivesc cel mai mult. **Alege maxim 3-5 talente în care tu excelezi și care te definesc cu adevărat.** Aceste talente pe care tu le vei identifica vor reprezenta ceea ce te definește pe tine. Confirmă talentele alese de tine, cu răspunsurile date mai sus?

Ești pe drumul cel bun. Acest lucru te va ajuta. Sunt convins, însă, că măcar puțin te va pune pe gânduri. Reîntorcându-ne la problema de mai sus, anume la ce ar trebui să fac pentru a ma defini, **răspunsul este simplu: trebuie să-ți folosești talentele în ceea ce faci. În ce măsură talentele tale se regăsesc în ceea ce faci acum?**

- Dacă răspunsul tău este „în mică măsură”, probabil nu ești pe drumul cel bun și tu simți acest lucru.

- Dacă răspunsul tău este „în oarecare măsură”, atunci probabil, din nou, simți că lipsește ceva.

- Dacă răspunsul tău este „în foarte mare măsură”, probabil este o activitate care într-adevăr îți place, care te definește și care te reprezintă!

Scris de Marian Rujoiu

NU POȚI FACE LUCRURI MARI AVÂND AȘTEPTĂRI MICI!

Să știi că e valabil și invers, adică poți face lucruri mari doar având așteptări mari! Dacă ne uităm în istorie, în inventică, în fizică sau în chimie, observăm că lucrurile bune, lucrurile mari au ceva în comun, și anume faptul că inițiatorii lor au avut așteptări mari! Uneori așteptările lor au depășit cu mult probabilitatea și plauzibilul, astfel încât în jurul lor se auzea: acest lucru nu este posibil, nu merită efortul, oricum nu iese, sau o încurajare seacă de genul „dacă tu crezi... poți încerca!”

Să luăm un exemplu mai recent! Probabil tu, care citești aceste rânduri, ai folosit măcar odată Google! Acesta a fost un proiect în care au crezut doi studenți. Acești doi studenți au găsit numai uși închise, chiar la marile companii, lideri de piață în IT (nu le menționez numele pentru a nu face antireclamă). Acești doi tineri au crezut în ideea lor și au avut încredere în ideea lor! Faptul că ei nu au renunțat a făcut posibil ca cel mai mare motor de căutare să fie folosit de milioane de oameni! Când vrei să afli ceva, cel mai probabil vei alege să tastezi în Google cuvântul și să dai search! Acesta este un proiect mare, un rezultat mare, pentru că ei au avut așteptări mari!

Asemenea exemple le vei întâlni la tot pasul, în familie sau în cercul de prieteni. Cei care au avut așteptări mari au putut face lucruri mari. Micile așteptări sunt ceea ce frânează mintea, frânează creativitatea și obligă creierul la a gândi și acționa pe o plajă îngustă!

Aceste așteptări mari sunt rezultatul unei gândiri pozitive, că lucrurile pot fi mai bune, că lucrurile sunt posibile, iar primul pas către reușită este gândirea unui lucru. Dacă tu poți gândi că poți reuși un lucru acela este primul pas către reușită. Ceea ce spun este dovedit științific prin experimente, mai ales pe marginea medicamentului Placebo! Gândirea ta îți poate da forță să schimbi lucrurile, să te schimbi pe tine, să ajungi mai departe să ai succes. Ne place sau nu, această mentalitate a făcut diferența între oamenii care au avut succes și oamenii care nu au avut succes, face diferența între angajat și angajator, între condus și conducător, între reușită și nereușită!

De multe ori, ne întrebăm: cum oare a reușit X sau Y, mai ales că nu pare așa inteligent? Răspunsul e foarte simplu: a crezut în ideea lui! Acest lucru este valabil în politică, afaceri sau viața personală. Realizări, lucruri mari poți avea și în viața personală, trebuie doar să crezi în puterile tale și să ai așteptări mari!

Conștient sau inconștient, această metodă cei mai mulți dintre noi am testat-o. Eu sunt unul dintre aceia care au testat-o! Întotdeauna am reușit, am reușit să-mi împlinesc visele! Acum doresc, de exemplu, ca Extreme Training, compania pe care o conduc, să ajungă lider de piață în domeniul trainingului deschis în România. Am acest gând de vreo doi ani. Am reușit să ajung în primii 5. Probabil în maxim 2 ani o să ajung primul. Nu vreau să supăr pe nimeni, însă aceasta este așteptarea pe care o am!

Așteptările mari dau sens acțiunilor tale, dau naștere la o viziune cu care poți face ceva, găsești soluții mult mai repede, iar oportunitățile le vezi mai ușor. Sunt oameni care și-au vândut casa pentru a-și deschide o afacere. Este ușor să spunem că aceștia sunt niște speculanți sau niște oportuniști! Însă, câți dintre noi suntem dispuși să renunțăm la tot ce avem pentru a investi într-o idee pe care o avem. Probabil puțin!

Nu vreau să dezvolt o teorie, nici să fac filosofie, vreau doar să îndrăzniți să sperați mai mult, să cereți mai mult, să credeți mai mult în puterile voastre.

Să spunem că trași cu arcul sau cu pușca.

La 20 m distanță ai o serie de ținte: una la 1 metru distanță de sol, a doua la 2 metri, a treia la 3 metri, a patra la 4 metri și a 10 - la 10 m. Nu va fi imposibil să atingi ținta situată la înălțimea de 10 m dacă îți propui acest lucru, însă va fi aproape imposibil să o atingi pe cea de la 10 m, țintind la cea de 1 m. Țintind la 1 metru înălțime, poți nimeri din greșeală puțin mai sus sau puțin mai jos, însă țintind la 10, poți atinge 8, 9 sau 10. E simplu, logic, plauzibil și testabil! Felul cum te poziționezi față de țintă poate asigura atingerea ei. Ca să reușești să tintești la 10 m înălțime trebuie să poziționezi arcul altfel! Dacă îl poziționezi în jos, va fi greu ca săgeata ta să ajungă sus!

Prin urmare, îndrăznește să vezi ținte la înălțime, îndrăznește să vrei mai mult, îndrăznește să vrei mai bine. Așteptările tale vor fi primul indicator al reușitei tale. Aș putea continua cu exemple, cu metafore ca exemple, însă te îndemn să meditezi 5 minute la acest lucru! Astfel că acum îți pasez ție mingea, rămâne să te hotărâști cât de sus vrei să o arunci, cât de departe vrei să țintești.

Reține: Doar având așteptări mari poți face lucruri mari!

Scris de Marian Rujoiu

PUTEREA FEEDBACKULUI**Ce este feedbackul?**

Feedbackul este un instrument folosit permanent, indiferent de domeniu, atât în viața personală cât și în viața profesională. Vom învăța împreună cum trebuie folosit feedbackul pentru a avea rezultate și cum nu trebuie folosit, astfel încât să nu se transforme într-un bumerang ce se poate întoarce împotriva noastră.

Pentru clarificarea termenului, vă prezint definiția ce figurează în Dicționarul Explicativ al Limbii Române: **FEEDBACK** - retroacțiune care se manifestă la nivelul a diferite sisteme (biologice, tehnice etc.) în scopul menținerii stabilității și echilibrului lor față de influențe exterioare; retroacțiune inversă, conexiune inversă, cauzalitate inelară, lanț causal închis.

După cum vedem, feedbackul este o reacție cu scopul menținerii echilibrului!

De cele mai multe ori spunem că dăm feedback atunci când ne expunem părerea despre un anumit lucru. Până aici nimic mai adevărat. Când cineva își expune părerea, spunându-ne dacă am făcut bine sau nu am făcut bine, nu mai este feedback. Iată un exemplu:

ÎNTREBARE: Ce părere ai despre acest tricou?

RĂSPUNS GREȘIT: Cred că ai făcut o alegere bună!

Aparent avem de-a face cu feedback, în care interlocutorul nostru ne spune părerea despre tricou! De fapt, el nu ne spune părerea despre tricou, ci despre alegerea celui care l-a cumpărat!

Să mai luăm două alte exemple:

ÎNTREBARE: Cum ți s-a părut acest curs!

R1: Cred că putea fi făcut mai bine!

R2: Este un curs care se adresează avansaților!

R3: O să-l recomand și altor persoane!

R4: Mi se pare ca trainerul a facut o treabă excelentă!

Niciunul din cele patru răspunsuri de mai sus nu poate fi considerat feedback! În următoarele rânduri o să vă explic și de ce!

Pentru a înțelege ce nu este feedbackul, să ne gândim o clipă care este scopul feedbackului. Feedbackul are drept scop menținerea unui anumit echilibru, un răspuns la o anumită cauză, el nu trebuie să fie o reacție la ceea ce a declanșat cauza, ci doar la efect! Feedback înseamnă a oferi celorlalți un răspuns eficient pentru a le comunica exact ceea ce ne deranjează, în ce mod ne afectează sau ce dorim să facă ceilalți. Trebuie să facem acest lucru fără a leza cealaltă persoană, fără a minimaliza apărarea, ci prin a-i face pe ceilalți să înțeleagă că doar comportamentul mă deranjează sau îmi place, nu persoana.

Feedbackul trebuie să fie o reacție la un comportament, mai exact ceea ce ai simțit TU în momentul în care ai interacționat cu fenomenul!

Probabil în acest moment lucrurile nu vă sunt tocmai clare, vă întrebați oare: „Până la urmă, ce este acest feedback?” sau „Ce nu este feedbackul?” Începem cu cea de-a doua întrebare:

Ce nu este feedbackul?

Feedbackul nu este un sfat! Aceasta este cea mai mare greșeală care se face. Mulți dintre noi credem că dăm feedback atunci când dăm sfaturi! Ce-i drept, ne place să dăm sfaturi. Foarte frumos! Însă trebuie să înțelegem că acest lucru nu reprezintă un feedback, întrucât nu reprezintă o reacție, fiind o teoretizare pe marginea unei situații, și nici nu atinge scopul feedbackului, anume reglarea și echilibrul sistemului. Iată un exemplu:

ÎNTREBARE: Ce părere ai despre această carte?

RĂSPUNS GREȘIT: Cred că ar trebui să o scrii din nou!

Feedback: Mi s-a părut o carte incompletă, nu am reușit să o înțeleg!

Sau

ÎNTREBARE: Cum ți se pare această mașină?

RĂSPUNS GREȘIT: Cred că ar trebui să mai încerci și alte variante!

Feedback: Raportul preț-calitate nu mi se pare ca fiind unul bun. Nu mi se pare așa frumoasă!

Sau

ÎNTREBARE: Cum ți se pare acest demers?

RĂSPUNS GREȘIT: Eu în locul tău nu aș fi făcut așa ceva! Aș fi început mai degrabă cu...

Feedback: Acest demers nu mi se pare interesant!

Toate răspunsurile de mai sus nu intră în sfera feedbackului, ele sunt sfaturi și nimic mai mult! Putem afirma că indirect ne-am spus părerea, însă feedbackul nu înseamnă a ne spune indirect părerea despre ceva, ci trebuie să descriem ce am simțit noi despre lucrul respectiv sau despre acțiunea respectivă. Acesta este primul păcat al feedbackului, anume să dăm sfaturi. Există o vorba mai veche: nu da sfaturi cui nu-ți cere! Trebuie să ai capacitatea să descrii ce părere ai despre acel lucru, ce simți în legătură cu acel lucru, și nu ce ar trebui să facă persoana respectivă. Dacă persoana respectivă vă cere un sfat sau vă întreabă cum ați fi procedat dumneavoastră, atunci îi puteți spune acest lucru. Pentru un individ, nimic nu este mai neplăcut decât să primească un sfat atunci când el ar fi vrut să primească feedback!

Feedbackul nu este sondare psihologică. Aceasta e o altă greșeală, când facem pe experții, nefiind nici momentul și nici cazul! De cele mai multe ori vom cădea în păcatul psihologului amator, acela care vede dincolo de lucruri. Să nu uităm că interlocutorul nu ne-a cerut să-i descifrăm intențiile sau motivația, ci vrea de la noi doar un feedback. Iată câteva exemple:

ÎNTREBARE: Ce părere ai despre acest tablou?

RĂSPUNS GREȘIT: Probabil autorul lui este destul de tânăr!

Feedback: Îmi place acest tablou, mă binedispune!

Sau

ÎNTREBARE: Cum ți se pare acest raport de evaluare?

RĂSPUNS GREȘIT: Cred că ți-ai dat toata silința să iasă o treabă bună!

Feedback: Mi se pare un raport complet și obiectiv!

Ce-i drept, va fi greu să rezistăm acestor tentații, de a căuta în spatele fenomenului, însă feedback înseamnă a avea o reacție în legătură cu fenomenul respectiv. După cum veți sesiza în relațiile de mai sus, în răspuns nu putem observa care este legătura directă dintre cel care dă răspunsul și asupra cărui lucru trebuie să se pronunțe el. Gândiți-vă doar o clipă, cel care v-a întrebat ceva v-a întrebat despre intenția lui, despre ce l-a determinat pe el să facă un anumit lucru. Revedeți întrebările și o să observați cum stau lucrurile.

Feedbackul nu este nici critică, nici laudă! Dacă vrei să critici pe cineva, poți să faci liniștit acest lucru, însă nu te consola cu gândul că i-ai dat doar un feedback. Critica și lauda sunt două fenomene foarte des întâlnite, însă nu trebuie confundate cu feedbackul. Să luăm câteva exemple:

Să presupunem că cineva trebuia să predea un raport acum două zile

RĂSPUNS GREȘIT: Trebuia să-mi aduci raportul tău acum două zile!

Feedback: Așteptam raportul tău acum două zile.

Sau când cineva vorbește pe un ton ridicat:

RĂSPUNS GREȘIT: Ești un nesimțit, nu te interesează ce spun și ceilalți!

Feedback: Atunci când vorbești pe un ton ridicat, nu reușesc să mai înțeleg nimic.

Îți poți da seama foarte ușor că nu vei obține efectul scontat prin răspunsurile de mai sus, ba, din contră, lucrurile se pot agrava!

De unde vine puterea feedbackului?

Puterea feedbackului vine din faptul că el poate redresa, menține o stare bună sau schimba un comportament. Feedbackul îi permite celuilalt să primească un răspuns vizavi de acțiunea lui. Feedbackul este constructiv când face referire numai la acțiunea în sine și nimic altceva. Dacă într-adevăr vrei ca o persoană să știe ce părere ai în legătură cu un anumit lucru, descrie acea stare pe care ai avut-o în momentul în care ai interacționat cu lucrul respectiv!

De exemplu, reclamele sunt făcute pe principiul feedbackului. Acestea sunt acțiuni care vor să declanșeze în tine o poftă, o senzație,

un sentiment. Feedbackul rostit ar trebui să fie: „Aș mânca ciocolată când văd această reclamă!” sau „M-a făcut curios această reclamă!” sau „Nu am reușit să înțeleg această reclamă!” Toate aceste afirmații descriu o reacție a ta în momentul când ai interacționat cu fenomenul respectiv. De exemplu, dacă-i spui producătorului reclamei că ți se pare o reclamă bună, acesta va fi încântat, însă el nu a primit un feedback, el trebuie să afle ce ai simțit tu când ai văzut acea reclamă. Cu alte cuvinte, **feedbackul trebuie să fie descriptiv, nu evaluativ!**

Efectul de bumerang al feedbackului? A da un sfat, a face o sondare sau a critica un comportament nu este eficient. Acest lucru poate deveni eficient în cazuri foarte rare, însă ele nu permit individului să afle care este părerea ta despre un anumit lucru. Cu alte cuvinte, dacă te trezești că o să critici atunci când ți s-a cerut doar un feedback, e foarte ușor ca celălalt să se așeze pe poziție conflictuală. Să nu fii mirat atunci, că tu doar i-ai spus adevărul, pentru că nu i-ai spus adevărul!

Finețea feedbackului stă în a face diferența dintre persoană și acțiune. Paradoxal, confuzia se face foarte des, cu toate că sunt două lucruri total diferite. Prin urmare, feedbackul trebuie să fie răspuns la un comportament, nu la persoana care are comportamentul respectiv, trebuie să fie raportat la obiectul discuției (masa, casa, mașina, sucul etc.), nu la posesorul sau viitorul posesor al acestuia. Adică, dacă nu îți place mașina cuiva, feedback nu înseamnă că posesorul ei nu are gusturi bune, ci doar că nu este pe gustul tău!

Un feedback dat niciodată nu va putea fi contracarat, pentru că nimeni nu poate să-ți spună că ți-a plăcut atunci când nu ți-a plăcut, nimeni nu poate să-și spună că tu ești trist atunci când te-a făcut fericit. Cu alte cuvinte, atunci când descrii o stare a ta (de supărare, de regret, de așteptare, de încântare, de enervare etc.), partenerul tău de discuție va avea o viziune exactă asupra a ceea ce simți. Odată ce a primit acest răspuns, este decizia lui ce face mai departe. Puteți hotărî chiar împreună ce ar fi de făcut, însă fenomenul numit feedback se încheie aici, odată cu descrierea reacției tale, cu descrierea stării tale!

Foarte important de menționat în finalul acestui articol este că **atunci când primești un feedback, spune doar „Mulțumesc!”**. Nu trebuie nici să te certî, nici să contrazici, nici să dai feedback la feedback!

DESPRE PUTEREA GÂNDULUI

Astăzi vom vorbi despre puterea gândului, despre **cum ceea ce gândim ne influențează viața de zi cu zi**. Prin viață de zi cu zi înțelegem job, familie, relațiile cu prietenii. **A gândi înseamnă a imagina, a vă imagina că puteți să...** Înainte de a face orice lucru, vă veți gândi. Vă veți gândi la modul: „Aș putea să merg să fac cumpărături”; ei bine, vă imaginați cum ar fi să mergeți. Dacă aveți o senzație plăcută, veți merge, dacă aveți o senzație extrem de neplăcută, veți face totul astfel încât să evitați această situație.

De cele mai multe ori, **lucrurile devin realitate după ce noi le gândim**. În momentul în care putem să ne imaginăm că suntem capabili să facem un anumit lucru, acel lucru devine realitate atunci când noi l-am făcut. **Ceea ce gândim influențează fiecare lucru pe care îl facem**. De exemplu, atunci când aveți un prieten/o prietenă, viitor soț/soție, ați avut și situații în care v-ați spus: „Știi, nu pot să mă văd cu el, nu pot să mă imaginez cu el în viitor.” Din cauza acestui blocaj mental – de a nu vă putea imagina pe dumneavoastră într-o anumită situație – cel mai probabil în momentul în care vă veți afla în situația respectivă, nu veți face față.

Lucrurile devin realitate după ce sunt gândite. **Gândul provoacă ceea ce urmează**. De exemplu, vă imaginați pe dumneavoastră ca un om de succes, vizualizați acest lucru, cum ar fi să fiți un om de succes, și vă imaginați, probabil, că ar fi frumos.

Mulți oameni nu pot să se imagineze pe ei ca având succes, pur și simplu nu pot. În acel moment, de cele mai multe ori, acea persoană nici nu va fi o persoană care va avea succes. Probabil vă întrebați care e legătura cu realitatea. Poate sunt simple coincidențe sau pur și simplu nu ies lucrurile așa cum presupune această putere a gândului. **Lucrurile sunt extrem de simple**. În momentul în care noi ne gândim o dată la un lucru, a doua oară, a treia, a patra oară, în mintea noastră se creează anumite sinapse care ne modelează modul de a gândi. În momentul în care vă gândiți, vă imaginați pe dumneavoastră ca alergând pe un teren, de exemplu, citind o carte sau vă imaginați într-un club sau la o coadă la administrație publică. **Când vă imaginați, în realitate se întâmplă la fel**. Acest lucru s-a demonstrat prin experimente, în sensul că au fost conectați sportivi la anumite aparate și au fost puși să-și imagineze că sunt într-o competiție și că alegă, să se imagineze pe ei în competiția

respectivă. La fel, s-a organizat o competiție și a fost din nou măsurată activitatea cerebrală. ***Mintea noastră nu face foarte mare distincție între a imagina și a face efectiv lucrul respectiv.***

Practic, acest antrenament mental, de a ne imagina pe noi într-o anumită situație, ne ajută la a vedea mai ușor oportunitățile. Oportunitățile există peste tot în jurul nostru, unii le văd mai mult, alții mai puțin. Drept urmare, este esențial să puteți să vă vizualizați pe dumneavoastră într-o anumită situație. Ce înseamnă acest „a vizualiza”? ***Să vă vizualizați, să simțiți că sunteți în situația respectivă. Cu cât vă veți gândi mai mult la situația respectivă, cu atât probabilitatea să se întâmple acel lucru crește.***

De exemplu, aveți examen pentru școala de șoferi și vă imaginați pe dumneavoastră ca făcând o greșeală foarte mare. Vă imaginați la volan și vă gândiți că veți face o greșeală foarte mare, nu veți fi atent la semafor, nu veți vedea un pieton. În acest caz, vă programați pe dumneavoastră să reacționați într-un anumit fel, într-un anumit moment. Adică, dacă ne-am programat pe noi, am putea să ne imaginăm că mă sui la volan, mă imaginez pe mine că văd semnele de circulație, schimb corespunzător vitezele ș.a.m.d. Dacă noi am putut să facem mental această operațiune, cu siguranță o vom putea face și fizic atunci când ajungem în situația respectivă.

Practic, această forță a vizualizării este un antrenament mental pe care îl puteți face în mod gratuit. Vă perfecționați de fiecare dată când faceți acest antrenament mental. ***Vizualizați, lăsați-vă visele să devină realitate.*** Nu degeaba se spune „mi-am văzut visul cu ochii”. Acest lucru înseamnă că, înainte de a se întâmpla în realitate, visați, vă doreați acel lucru și vă imaginați că este posibil, într-o măsură mai mare sau mai mică, dar vă imaginați că ar fi posibil.

În momentul în care putem să ne imaginăm pe noi într-o anumită situație, reacționând într-un anumit fel, ne putem imagina pe noi ca pe acele persoane care văd oportunitățile din jurul lor, cu siguranță că și în realitate se va întâmpla acest lucru. Există o vorbă veche care spune: ai grijă ce gândești pentru că gândurile tale vor deveni vorbe, ai grijă ce vorbești pentru că vorbele tale devin fapte. Așa este. Sau cum spunea ***Henry Ford: dacă tu crezi că poți, poți, dacă tu crezi că nu poți, nu poți.***

Prin urmare, **bucurați-vă, bucurați-vă de viață, zâmbiți ori de câte ori aveți ocazia și vizualizați-vă pe dumneavoastră ca pe o persoană bucuroasă.** Puteți să vă imaginați ca pe o persoană care se bucură, care se bucură de viață, se bucură de prieteni, se bucură de fiecare lucru din viața lui. Puteți să vă imaginați ca fiind o persoană care se bucură de absolut tot ce se întâmplă? **Acesta este primul pas – să vă puteți imagina.** Cu siguranță, în momentul în care veți avea contact cu realitatea în legătură cu acele lucruri, automat veți avea o reacție, în consecință, vă veți bucura.

Bucurați-vă, zâmbiți, pentru că merită! În plus, acest antrenament mental de a vă vizualiza într-o anumită situație este un antrenament mental cu rezultate imediate. Acest antrenament mental este în mod gratuit și frumusețea lui constă în faptul că puterea gândului este nemărginită, libertatea lui este totală, vă puteți imagina că orice este posibil.

Practic, imaginația este o lume în care orice este posibil. Cu toate acestea, sunt persoane care nu pot să-și imagineze anumite lucruri. În momentul în care puteți să vă imaginați, de cele mai multe ori dorința dumneavoastră este îndeplinită. E un fel de baghetă. Dacă nu puteți să vă imaginați că veți reuși absolut deloc, în acel moment lucrurile vor merge extrem, extrem de greu.

Prin urmare, **îndrăzniți, visați, pentru că merită! Bucurați-vă de viață, bucurați-vă de slujbă și lăsați-vă dorințele, lăsați-vă visele să devină realitate. Trebuie doar să le lăsați. Mult succes!**

Scris de Marian Rujoiu

EXERCIȚIU – CUM SĂ-ȚI DECLANȘEZI O STARE DE BINE

Sunt fel și fel de metode destul de simple prin care poți să-ți declanșezi o stare de bine. Richard Bandler este un vârf de lance atunci când vorbim despre a rezolva lucrurile rapid în maniere foarte simple.

Richard Bandler era foarte interesat de o metodă folosită de un șaman pentru declanșarea stărilor de bine, astfel că indiferent cât a insistat Bandler, șamanul nu i-a împărtășit secretul. Legenda spune că Richard Bandler a smuls cu forța secretul ținându-l pe șaman deasupra unei prăpăstii, până când acesta i-a împărtășit secretul.

Atunci când ne simțim bine sau rău, avem anumite senzații în corpul nostru. Teama o simțim în piept, bucuria în stomac sau într-un alt mod propriu fiecărui om. Oamenilor, de exemplu, atunci când sunt nevoiți să țină o prezentare, teama le inundă tot corpul ca un fluid, sau simt cum le coboară din piept în picioare sau într-un alt fel.

Dacă ar fi să ne gândim la guvernarea țării, e mai puțin important de dezbătut de ce suntem în situația în care suntem, cel mai important lucru ar trebui să fie găsirea unor soluții rapide. De multe ori, problemele nu se rezolvă de la sine, doar cunoscând cauza. Astfel, și metoda lui Bandler se bazează pe găsirea unei soluții rapide care să aibă un efect imediat.

Problemă de rezolvat: ai o stare apatică, lipsită de motivație, sau ești lipsit de energie etc.

Cauzele unor asemenea probleme sunt simple de cele mai multe ori - facturi, rate la bancă, șefi sau colegi nesuferiți etc. Pentru a rezolva asemenea probleme, primul lucru pe care-l poți face este să-ți declanșezi o stare de bine care să te ajute să te mobilizezi și să-ți recapeți energia. Tehnica e simplă, cu o singură condiție: să vrei într-adevăr să-ți schimbi starea și să parcurgi exercițiul până la capăt.

Exercițiu - Cum să te simți mai bine (o vreme)

Pasul 1 – identifică un moment (o situație) în care te-ai simțit excelent. Încearcă să faci o „călătorie” în acel moment. Observă ce

simțeau în acel moment, ce vedeai, ce auzeau. Fă acest pas în acel moment și încearcă să retrăiești momentul.

Pasul 2 – concentrează-te asupra senzațiilor din corp, încearcă să respiri la fel, să simți la fel. Poate vezi și o imagine mare sau o imagine mică la o anumită distanță în raport cu corpul tău. Poți încerca să închizi și ochii dacă te ajută și poți vedea și intensifica culorile imaginii dacă te simți confortabil. Vedeți, auziți și simțiți la fel.

Pasul 3 – observă senzația din corp, unde este și încearcă să o descrii (culoare, densitate, mărime, formă, statică sau în mișcare etc.). Poate este în piept, poate într-un anumit loc în stomac. Dacă te concentrezi, vei vedea că are și o anumită culoare, poate alb, roșu, verde, galben sau orice altă culoare. Găsește această senzație în corp, simte ce mărime și ce formă are.

Pasul 4 - dacă te vei mai concentra puțin, vei observa că această senzație are o anumită mișcare. Dă-i voie să se miște și observă în ce sens se mișcă. Observă dacă se rotește pe orizontală sau pe verticală. Acum este momentul-cheie, intensifică senzația și rotește-o în tot corpul în sensul pe care l-ai găsit, cu viteză din ce în ce mai mare și din ce în ce mai intensă. Rotește-o pentru început în cercuri mici, apoi în cercuri mai mari și din ce în ce mai mari, până când vei simți că acea senzație ți-a inundat tot corpul. Permite acestei senzații să inunde tot corpul, fiecare celulă, începând de la cap până în vârful degetelor de la picioare. Acest proces poți să-l faci timp de 1-4 minute până când simți că tot corpul tău este plin de acea senzație plăcută, de o anumită culoare și de o anumită densitate.

Pasul 5 - gândește-te acum ce vei face în viitor (o zi, două, săptămâni) și rotește în continuare această senzație! Poate te gândești la viața personală sau poate la cea profesională, poate la o vacanță sau poate la un proiect pe care-l aveți în desfășurare.

Pasul 6 - fii surprins acum că te simți mai bine :) Lasă această senzație să meargă cu tine în viitor. Acum te simți mai bine, poate zâmbești sau poate te gândești că este mult prea simplu. Bucură-te de senzația pe care o ai. Acum poți să porți această stare de bine cu tine și poți să alegi dacă vei repeta acest exercițiu. Poți să-l repeți acum sau peste câteva ore. Observă efectul magic al acestui exercițiu și fii conștient de cât este de ușor să te simți mai bine.

Sper că acest exercițiu a avut asupra ta un impact pozitiv. Dacă ai ales să nu faci acest exercițiu este posibil chiar să nu vrei să te simți mai bine, ceea ce nu-i un lucru neapărat rău. Este alegerea ta.

Închei spunându-vă o maximă care îmi place foarte mult: „Fiecare om este ceea ce este datorită alegerilor pe care le face”

Scris de Marian Rujoiu

CUM SĂ RECUNOȘTI ȘI SĂ TE FEREȘTI DE CELE 7 TIPURI DE VAMPIRI SOCIALI?

Vampirii sociali sunt peste tot, uneori sunt deghizați chiar în prieteni. Ce fac vampirii de obicei? Lasă fără energie și fără sânge victimele. De obicei aceștia acționează pentru a-și transforma victimele tot în vampiri asemenea lor. Vampirii, așa cum îi știm din povești, din mituri sau din filme, seamănă foarte mult cu vampirii sociali din zilele noastre, numai că cei din zilele noastre sunt cu mult mai mulți și acționează mult mai rafinat.

Dacă vampirii mitici sugeau sângele victimelor până când victimele rămâneau fără vlagă și se transformau apoi în vampiri, vampirii moderni, vampirii de astăzi își secătuesc victimele de energie. Energia este un dar prețios oferit omului. Energia ne ajută să acționăm, să ne bucurăm, să muncim, să mergem, să avem rezultate, să iubim, să scriem, să învățăm, să ne ajutăm semenii, să ne ajutăm pe noi, să zâmbim etc. Energia ne dă ocazia să facem tot ce-i plăcut și bine pentru noi și semenii noștri.

Acest subiect nu este unul comod pentru că poate deja intuiți ce sunt de fapt vampirii sociali și poate cineva apropiat vouă sau chiar dumneavoastră ați putea fi uneori, însă nu-i niciodată târziu să vă oferiți ocazia de a deveni mai buni. Acest articol va fi însă util în primul rând oamenilor care vor să identifice vampirii sociali din jur și să se ferească de ei. Mai departe voi face o descriere a acestora și o clasificare, pentru a fi mai eficienți în lupta cu ei, urmând ca apoi să dau câteva indicații despre cum ne putem feri de ei.

Vampirul neputinței

Acest vampir social suge energia celor din jur spunându-le că nu or să reușească niciodată. Dacă întâlnește un om care și-a propus să realizeze ceva, face tot posibilul pentru a-l seca de energie. Îi repetă la nesfârșit că nu va reuși niciodată, că este prea greu, că este imposibil sau că este nerealist. Va încerca să-l convingă pe toate căile că trăiește cu capul în nori, că nu este racordat la realitate. Asemenea vampirilor, acesta încearcă să-și convingă victima să devină una asemenea lui, adică o persoană lipsită de energie și de încredere în forțele proprii. Vedem, așadar, cât de rafinat acționează acest vampir. Recunoaștem rapid acest vampir întrucât nu a realizat mai nimic niciodată și ca urmare nu

permite celor din jurul lor să realizeze ceva, fie că este vorba de viața personală, fie că este vorba de viața profesională.

Vampirul invidiei

Acest vampir atacă acei oameni care au deja realizări. El încearcă să-i convingă pe cei care au realizat ceva că este cu totul întâmplător, puteau să eșueze la fel de bine. El spune fie că au realizat pe căi necinstite, fie că au avut un noroc care nu va ține mult. Acești vampiri invidiază oamenii care au un mic business sau unul mare, îi invidiază pe cei care au acumulat ceva material, ajungându-se până la invidii mai rafinate cum ar fi: invidiază familiile care sunt fericite, care au copii fericiți. Acești vampiri sociali cufundați în nimicnicia lor invidiază tot ce este bun în lume. Asemenea vampirilor neputinței, nici ei nu reușesc să aibă nimic bun în viață din simplul motiv că aceste gânduri negative nu vor atrage nimic bun în viața lor. Cu cât vor gândi mai murdar, cu atât viața lor va fi mai murdară. Este o lege simplă care funcționează în tot universul. Primești ceea ce oferi! Ei vor oferi doar invidie și gelozie, vor fi permanent nefericiți și au un scop precis în a ataca semenii și prietenii lor care au succes și sunt fericiți. Ei încearcă să intre în viața lor să distrugă tot ce este bun, iar dacă nu reușesc încearcă în cercul lor social să facă acest lucru. Izolat, aceștia au și reușite, lucru care-i motivează să continue demersul lor absurd.

Vampirul greșelii

Acest vampir stă la pândă zile, luni, săptămâni în șir pândind greșeli. Pe acest vampir îl vom întâlni la tot pasul, la serviciu, în familie, în diferite cercuri sociale. Vei recunoaște ușor acest vampir întrucât vei observa că este fericit când găsește victime care au făcut greșeli. Atunci acționează cu brutalitate având în același timp o licărire ciudată în priviri, bucuros că în sfârșit ai greșit. Imediat ce identifică o greșeală, ei sar asupra victimei secătuiind-o de energie. Ei extrapolează greșeala reducând sensul vieții persoanei în cauză la greșeala respectivă. Acest vampir are avantajul că poate identifica concret o problemă. Scopul acestui vampir este de a distruge încrederea în sine a persoanei și de a arăta celor din jur acest caz. Cu cât va identifica mai multe victime, cu atât se va hrăni mai mult și va deveni mai puternic. Acesta sugerează energia victimelor mergând până la a distruge o carieră sau o viață personală. La fel ca și ceilalți vampiri, încearcă să câștige adepți din rândul victimelor. De obicei, pe acești vampiri îi vei recunoaște ușor pentru că nu încearcă să facă nimic deosebit cu viața lor. Teamă de a greși este atât de mare pentru ei că vor accepta să facă numai acele lucruri care

presupun un grad de risc foarte scăzut. Uneori acești vampiri merg până acolo și creează un mediu în care victimele pot să greșească - într-un anumit fel de a spune, ei întind capacane.

Vampirul conflictelor

În acest caz avem de-a face cu un vampir rafinat. În forma lui cea mai simplă el intră în conflict cu diferiți oameni secătându-i de energie. Forma periculoasă a acestor vampiri sociali este devastatoare când generează conflicte între oameni. El dezvoltă strategii prin care reușește să pună două persoane în conflict sau două grupuri. Merge oarecum și după principiul „dezbină și stăpânește”. Pe parcurs va interveni discret în conflict, ajutând fiecare parte. Scopul lui nu este să câștige o anumită parte, ci să genereze acel conflict imens care va reuși să devasteze ambele părți. Uneori, după ce a provocat conflictul, încearcă să joace rolul salvatorului, încercând să medieze conflictul între cele două părți, când de fapt scopul lui real este să se asigure că acel conflict va continua până la final. Acești vampiri vor deveni mai puternici pe măsură ce generează mai multe conflicte. Uneori, generând un conflict, urmăresc atingerea unui scop mai egoist pentru ei (acumulare materială, avansare în carieră etc.).

Vampirul binelui

Această specie de vampiri este destul de greu de identificat. Ei joacă rolul salvatorilor de obicei și se deosebesc cu greu de salvatorii autentici. Acești vampiri simulează că doresc binele semenilor sau al societății, când de fapt această atitudine o folosesc doar pentru a deschide uși. Aceștia sunt un fel de diavoli care umblă cu icoane în mână. Acești vampiri sunt cei care lucrează cu o agendă ascunsă, au planuri bine puse la punct, efectele fiind cu atât mai devastatoare cu cât apar mai tarziu. Acești vampiri nu au o inimă cu adevărat curată, ei căutând victime inocente cu ajutorul cărora să-și pună planul în aplicare. Când întâlnești un salvator încearcă să gândești mai mult în perspectivă, să vezi care sunt consecințele acțiunilor propuse peste un an sau mai mult, cere detalii și cercetează aspecte în aparență neimportante. În plus, poți verifica informațiile prezentate de aceștia pentru a te asigura dacă ai de-a face cu un salvator autentic sau cu un vampir deghizat.

Vampirul aroganței

Această specie de vampiri sociali se consideră atotștiutori. Ei minimizează orice efort, se consideră superiori și au un sentiment plăcut când cei din jurul lor se simt triști, neplăcuți sau neputincioși. Vampirul

aroganței pretinde că are toate răspunsurile din lume, singurele opinii adevărate fiind ale lui. El este centrul universului! Îi lipsește măsura, respectul și bunul simț. Seacă de energie pe cei din jurul lui prin atitudinea sa, prin minimizarea oricărui efort depus de cei din jur, nimic nefiindu-i pe plac. În esență acest vampir îți ascunde slăbiciunile și neputința.

Vampirul victimizării

Aceasta este o specie de vampiri rafinați. Ei caută atenție permanent și se victimizează. Ei vor să se înconjoare de salvatori, însă nu vor permite nimănui să-i salveze cu adevărat pentru că rolul de victimă este unul pe care-l vor juca toată viața în unele cazuri. Acești vampiri acuză societatea, acuză colegii sau partenerii de viață de situația în care se află. Aceștia se plâng în permanență dând vina pe soartă pentru situația în care se află. Dând vina pe soartă ei au scuza de a nu ieși din această situație. Ei strâng continuu dovezi că sunt victime. Ei își sug de energie potențialii salvatori, scopul lor fiind acela de a strânge adepti. Vampirii victimizării nu se simt responsabili de situația în care se află și asemenea vampirilor invidiei vor încerca să distrugă armonia acolo unde o identifică. Ei joacă rolul de victimă nu doar în cercuri sociale, ei intervin chiar la serviciu sau în cupluri fericite. Sunt fericiți dacă fac parte dintr-o dramă unde joacă rolul principal. La cel mai mic semn că pot fi salvați, fug și își caută alt salvator. Cerșesc o fericire și o atenție care nu folosesc la nimic, nici pentru ei, nici pentru alții, doar seacă de energie victimele. Acești vampiri sociali sunt deosebit de periculoși întrucât apelează la ce-i mai bun în oameni, și anume dorința acestora de a ajuta. Aceste victime sunt fericite dacă găsesc foarte mulți salvatori și cu cât vor avea mai mulți, cu atât vor crede mai mult că sunt într-adevăr victime.

8. Vampirul lipitoare

Acest al optulea tip de vampir l-am introdus ca urmare a sugestiei unui cititor al articolului. Mi-a explicat și într-adevăr este un tip de vampir care merită menționat. Acest vampir te sufocă, îți ia timpul și atenția. Te inundă cu problemele lui și nu-ți mai dă drumul. Este diferit de vampirul victimizării, acesta doar se plânge și se victimizează pe când vampirul lipitoare se ține după tine, te caută și se hrănește cu energia ta. Nu oferă la schimb mare lucru și te obosește teribil! Poate să vrea banii tăi uneori, imaginea ta sau poate doar timpul tău, însă este suficient și numai timpul. Iată cum l-a descris persoana care mi-a sugerat această categorie: „*Lipitoarea nu acceptă orice victimă* ca

vampirul (cel puțin așa văd eu). Vampirul se hrănește cu energia oricui sau a tuturor din jurul lui. Lipitoarea își alege potențialele ținte. Vine încet în apropierea ta și de regulă prin recomandări. Nu-și permite să se prindă de un picior slab. Cu cât mai gras, cu cât are pielea mai fină... cu atât mai bine. Doar n-o să muncească să-ți niveleze crăpăturile din călcâie. Și nu mă refer la gras = salariu mare = dividende sau bani, la orice ai mult tu și ea poate lua... Și trebuie să ia de la tine pentru că... ea nu poate. Odată venită lângă tine, îți va face complimente. Va încerca să te fleteze... «Uite de ce te-am ales pe tine» și va începe pregătirea locului pentru plasarea ventuzei. De acum încolo veți fi împreună, la masă, la serviciu, în concediu, la școală.»

CUM NE APĂRĂM?

S-ar putea expune soluții separate pentru fiecare specie, în esență toate au un numitor comun. Acești vampiri sug energia celor din jur, întind capcane și caută să convertească alți oameni. Fiecare dintre acești vampiri a făcut din stilul său un mod de viață, o credință de nestrămutat. Modul lor de a fi și de a acționa ascunde lipsa unor valori, ascunde slăbiciuni și semne ale unei neputințe de a se racorda social. Aceste specii de vampiri sociali pot fi rezultatul unui dezechilibru emoțional sau al unor tulburări comportamentale. Vampirii sociali, sau energetici cum mai sunt numiți, au devenit astfel ca urmare a convertirii lor de către alți vampiri.

Ca în cazul oricărui lucru de care dorim să ne apărăm, este nevoie în primul rând să recunoaștem pericolul. Să identificăm corect atunci când avem de-a face cu un vampir social și să nu reacționăm imediat. Atenție, acești vampiri nu se vor mulțumi să vă retrageți, vă vor urmări până intrați în acord cu ei. Prin urmare, pașii apărării sunt următorii:

1. Identificăm corect vampirul cu care avem de-a face.
2. Nu reacționăm imediat.
3. Încercăm o retragere elegantă (de preferat să ne retragem cu mult înainte de a ne prinde în jocul lor).
4. Dacă suntem totuși prinși în jocul acestor vampiri sociali, este inutil să încercăm să ne luptăm cu ei. Trebuie numai să ducem o luptă cu noi pentru a ne păstra cumpătul, valorile și direcțiile de acțiune stabilite inițial și să ieșim din joc pe cât posibil de repede.
5. Limitează pe cât posibil timpul petrecut cu acești vampiri.
6. Construiește-ți o aură și imaginează-ți că nimic nu poate trece prin ea. Nimic rău nu va intra, la fel cum nimic pozitiv din ceea ce ai nu

va ieși. Vizualizează această aură, zâmbește și fii optimist. Este un remediu bun care va îndepărta vampirii.

7. Poți încerca folosindu-te de respirație, atunci când un asemenea vampir se năspustește asupra ta să-ți sugă energia. Inspiră profund de 5-6 ori, gândește-te la lucrurile cu adevărat importante pentru tine și fii fericit/ă că nu te-a prins în capcană.

8. Nu-i contrazice, dar nici nu te pune de acord cu ei. Încearcă să adopți o poziție neutră pe cât posibil. Este cea mai sigură atitudine care va bloca vampirul social să devină extrem de violent.

9. Păstrează distanța față de acești vampiri, de cel puțin câțiva metri, nu-i lăsa să intre în spațiul tău intim. Nu le face favoriți, dar nici nu încerca să-i distrugi. Încercând să te lupți cu ei, aceștia vor deveni mai puternici.

10. Dezvoltă-te, perfecționează-te și crezi în puterile tale și în potențialul celor din jurul tău.

Doresc să menționez că sunt aspecte negative și aspecte pozitive în comportamentul acestor vampiri. Poate sunt și victime reale sau critici pertinente de exemplu. Problema apare când acestea sunt puse în slujba răului și vampirii devin tot mai răi, tot mai agresivi, tot mai nimicitori cu semenii lor. Aceste specii de vampiri nu apar neapărat doar prin formele enunțate, pot fi și combinații între două sau mai multe tipuri de vampiri sau alte tipologii la care eu nu m-am gândit.

Această clasificare a vampirilor a vizat persoanele care și-au făcut un mod de viață din această abordare, persoanele care se hrănesc cu energia celor din jur! Aceste tipuri de vampiri nu se referă la cazuri izolate sau comportamente ocazionale. Fiecare dintre noi la un moment dat poate avea ceva dintr-un anumit vampir, este însă un drum foarte lung până la „vampir de profesie” și încadrarea lui în această categorie. Prin urmare, nu-i cazul să-ți faci griji dacă uneori reacționezi asemenea unui vampir, este natural! Întreabă-te numai cât de des te comporți asemenea unui vampir și atunci o să obții răspunsul corect!

Acești vampiri sociali pot fi salvați, cu greu însă. Necesită timp, perseverență, diplomație și răbdare. Poate în viitor voi expune și metode de convertire a acestor vampiri în oameni.

Ce faci dacă ești unul din acești vampiri? Ai varianta de a continua, convins fiind că nu vei aduce nimic bun în viața ta, sau poate vei

conștientiza că poți și meriți mai mult! Poți să iubești, să ierți, să zâmbești, să-ți faci un rost în viață. Soluții există, sunt mai aproape decât îți închipui.

Închei cu speranța că v-a fost utilă această abordare. Sper ca de acum să vă feriți mai mult de acești vampiri sociali și să vă țineți la distanță. Vampirii care nu vor fi pregătiți să renunțe la acest mod de a fi cu siguranță vor nega cele scrise. Este în regulă, va veni un timp când veți fi pregătiți cu adevărat. Îndrăzniți să visați și să sperați! Fiți mai toleranți și iubiți-i mai mult pe cei de lângă voi și tot ce este bun în voi. Voi fi bucuros să primesc feedbackul vostru pe e-mail (manager@traininguri.ro) sau printr-un comentariu.

Scris de Marian Rujoiu

CUM SĂ MODELEZI VAMPIRII SOCIALI DIN VIAȚA TA?

Am scris articolul cu: „*Cum recunoști și te ferești de cele 8 tipuri de vampiri sociali!*” A fost un subiect comentat și am primit o mulțime de e-mailuri. Din momentul publicării au fost ore în care doar răspundeam întrebărilor venite pe marginea lui. Articolul îl puteți vedea accesând acest link: <http://www.traininguri.ro/ro/cum-sa-recunosti-si-sa-te-feresti-de-cele-7-tipuri-de-vampiri-sociali/>

Vampirii sociali, cei care ne seacă de energie, i-am împărțit în următoarele categorii, inițial 7, apoi am mai adăugat una:

1. Vampirul neputinței
2. Vampirul invidiei
3. Vampirul greșelii
4. Vampirul conflictelor
5. Vampirul binelui
6. Vampirul aroganței
7. Vampirul victimizării
8. Vampirul lipitoare

Articolul prezintă și un scurt îndrumar: „*Cum să te ferești de aceștia*”. E-mailurile și comentariile primite s-au împărțit în mai multe tabere:

Tabăra 1: „Totuși sunt mulți, noi ce facem?” Pe scurt, răspunsul meu a fost: „*Luptăm și ne ferim de ei, altfel ne vom transforma în vampirul victimizării, luând ca principală scuză faptul că sunt prea mulți. În același timp, vom juca și rolul vampirului neputinței, spunând că e prea greu. Până la urmă noi alegem!*”

Tabăra 2: Persoanele care au înțeles, ca urmare a parcurgerii acestui subiect, mai multe lucruri despre ei și despre cei din jur. Au înțeles de ce rămâneau fără energie în preajma acestor vampiri, au învățat cum să-i recunoască și cum să se ferească de ei. În această categorie au intrat cei mai mulți cititori.

Tabăra 3: Persoane care nu au fost în asentimentul subiectului abordat! Poate erau doar vampiri și nu erau pregătiți să renunțe la acest mod de viață. Recunosc, această tabără a fost una destul de mică. Având

În vedere franchețea subiectului, mă așteptam la mult mai mulți în această categorie, însă au fost surprinzător de puțini.

Tabăra 4: Reprezintă și motivul pentru care am decis să scriu o a doua parte la acest articol. Acești oameni sunt cu adevărat preocupați de acest subiect, iar întrebarea lor nu este cum să se ferească de ei, ci cum să facă dacă trăiesc cu unul dintre aceștia (soț/ie, prieten/ă, partener de viață etc.). Eu, în articol, prezentasem soluții despre cum să ne ferim de ei! Evident, această tabără ar vrea soluții pentru a conviețui cu ei, și nu pentru a fugi. Problema ridicată este cât se poate de serioasă. Să te ferești de un rău este o soluție naturală și imediată! În medicină, uneori ne trezim bolnavi și dorim un tratament. Uneori cei dragi se îmbolnăvesc și ultimul lucru pe care-l vom face este să fugim, vom încerca să-i ajutăm, să-i ducem la cei mai buni medici. Așa este și în acest caz, ne interesează soluții pentru a-i face să scape de acest stil de viață. Îi iubim pe acești oameni, însă simțim că prin schimbarea lor relația noastră ar fi mai plină de energie, mai armonioasă, mai benefică ambelor părți. Am analizat mult această situație și mi-am dat seama că este o problemă foarte serioasă, motiv pentru care ar merita soluții și sfaturi serioase. Eu o să expun o parte din aceste soluții și, bineînțeles, cu ajutorul vostru, vom mări această paletă de sfaturi!

Mai jos aveți „trusa de prim ajutor” atunci când partenerii voștri de viață sunt vampiri sociali. Conține 5 indicații care permit schimbarea comportamentelor celor din jur sau cel puțin asigură premise sau puncte de plecare pe care le putem lua în considerare:

1. Ia o decizie categorică: luptă să-l schimbi sau pui punct și fiecare își vede de viață. Este o decizie grea, însă trebuie asumată! A pune punct poate însemna multă suferință, iar a încerca să schimbi presupune efort, fără o garanție absolută privind reușita! Acesta este primul pas!

2. Trage aer în piept și exersează tu pentru 7-14 zile cel puțin schimbarea pe care ți-o dorești. Dacă ar fi să-l citez pe Ghandi, aș spune: „Fii tu schimbarea pe care vrei să o vezi în lume”. A te schimba nu înseamnă a te situa la polul opus, ci pur și simplu poți oferi un exemplu. Ai nevoie în primul rând să gândești pozitiv. Ți pot fi utile o serie de resurse precum:

a. Vizionează filmul „The Secret” (<http://www.theseecret.tv/>)

b. Citește „Ghidul Tips & Tricks pentru a fi mai fericit”. Se poate descărca gratuit de aici: (<http://www.traininguri.ro/ro/ghid-tips-tricks-pentru-a-fi-mai-fericit/>)

c. Participă la evenimente, cursuri, conferințe, citește și înconjoară-te de oameni care îți pot oferi energie pozitivă, încredere, succes. Oferă-ți ție acele experiențe care îți dau ocazia să devii tu schimbarea pe care o vrei de la partener/parteneră.

d. Nu fă caz din acest lucru față de partener. Acționează și comportă-te direct. Nu-i reproșa nimic, nu fă caz din atitudinea ta. Tu doar oferă-ți experiențe plăcute și vei vedea curând transformări la tine. Relaxează-te, nu te chinui să măsoți progresul sau schimbările, ele vor veni pur și simplu.

3. După ce ai trecut de faza 2, **îmbunătățește-ți relația cu partenerul/partenera**. Învață să faci față cu brio conversațiilor dificile. În acest fel vei elimina din tensiunile inerente unei vieți de cuplu. Îți recomand să citești cel puțin acest articol și să încerci să-l pui în aplicare: <http://www.marian-rujoiu.ro/conversatii-dificile-si-solutii/> Cu puțin exercițiu vei reuși cu siguranță! Atât acest sfat cât și cele anterioare, dincolo de a-ți folosi în relația de cuplu, te pot ajuta în general pentru a deveni o persoană echilibrată, pozitivă, armonioasă, ce construiește relații de durată.

4. Odată ce ți-ai îmbunătățit relația, treci la pasul următor. Nu încerca să-l convingi prin argumente că lucrurile pot sta diferit, ci oferă-i acum un spectru de experiențe din care să înțeleagă că poate aborda și altfel lucrurile. Pentru a modifica o convingere sau un fel de a fi al unui om trebuie să influențezi experiențele pe care acesta le are. Profită de orice ocazie pentru a-i adăuga experiențele care pot declanșa schimbări/îmbunătățiri. Aici va fi necesar ca în funcție de vampir să identifice experiențele potrivite. De exemplu, vampirului neputinței demonstrează-i că a reușit chiar și atunci când a crezut că nu-i posibil! Sau poți să-i prezinți diferite cazuri în care premisele reușitei erau mici, însă persoana a reușit. Te poți gândi de asemenea la filme pe care să le vizionați împreună acasă sau la cinematograful sau provoacă-l să facă ceva ce nu a făcut niciodată, pentru că era considerat imposibil. Poate fi vorba de schiat, patinat sau orice îi este mai la îndemână. Acestea sunt doar câteva exemple pentru vampirul neputinței.

Se va particulariza de la caz la caz, de la vampir la vampir. Poți să faci o listă cu experiențele pe care te-ai gândit să i le oferi, mi-o poți trimite pe manager@traininguri.ro și-ți voi oferi feedbackul meu. Modificarea registrului de experiențe ar putea fi construită plecând de la următoarele principii:

Aplică elegant (nu agresa și nici nu brusca partenerul/partenera)

Pornește mai întâi încet și apoi mărește intensitatea (nu-l sufoca cu „noile” experiențe. O experiență nouă la câteva zile este de ajuns.

Perseverează și fă din acest lucru ceva plăcut, pentru tine, pentru el/ea sau pentru cuplu. Va fi o ocazie frumoasă să spargeți o eventuală monotonie instalată în cuplu

Oamenii se schimbă cu greu și o știm de pe propria piele. Statistic, pentru schimbarea unui comportament este necesar să faci un lucru nou de cel puțin 21 de ori pentru ca acesta să devină obișnuiță. Schimbarea poate să apară dintr-odată, însă cel mai probabil va apărea treptat, în câteva săptămâni sau chiar luni de zile

5. ***În acest pas vei începe să devii mai persuasiv/ă.*** Vei începe să lucrezi direct la problemă. Pașii de mai sus reprezintă pregătirea terenului, la fel cum pregătești terenul pentru semănat. Ai amenajat, ai muncit și ai creat un mediu propice. Acum vei începe să semeni, apoi să îngrijești pentru a culege roadele. Pentru acest pas îți recomand aprofundarea tehnicilor NLP (Programare Nerolingvistică). Vei deveni mai flexibil/ă, mai echilibrat/ă și mai apt/ă să declanșezi schimbări esențiale. Îți recomand cărți de NLP Editura Vidia: www.vidia.ro sau Editura Curtea Veche (www.curteaveche.ro). Dacă nu te-ai decis cu ce să începi și ai mai multe variante, îmi dai un e-mail și te voi sprijini. Mai poți accesa un curs de Persuasiune și Influențare, detaliile le găsești aici: <http://www.traininguri.ro/ro/modul-iv-curs-strategie-si-persuasiune/> și opțional un curs de negociere: <http://www.traininguri.ro/ro/curs-tehnici-de-negociere/> Principiile sunt simple, necesită însă antrenament pentru o bună punere în aplicare:

1. *acceptți păreri chiar dacă nu ești de acord;*
2. *crești toleranța fără să te victimizezi;*
4. *îi acceptți punctul de vedere pentru câteva momente urmând apoi să redirecționezi;*
5. *faci un raport bun: respirație, ton, intonație, poziție etc.;*
6. *nu ataci poziția lui, intri pe aceeași lungime de undă, iar apoi îl ghidezi.*

Aceștia sunt 5 pași pe care ți-i recomand. După ce ai ajuns la pasul 5, reiei ciclul și-l adaptezi situației. Te schimbi, îți oferi experiențe plăcute, aplanezi conflicte, îi oferi experiențe și convingi. Practic, vei combina toți acești pași. Poate te uii la cele scrise și te gândești că e greu! Felicitări! În acest caz este posibil ca tu să fii vampirul, și nu partenerul. Dacă într-adevăr vrei să schimbi ceva, poți depune efort și vei genera rezultate excelente.

Estimez că rezultatele or să apară, însă poate te îndoiești și preferi să nu mai începi acest drum. Dacă ți se pare prea greu, te poți opri sperând ca lucrurile să se schimbe de la sine: nu este exclus să se întâmple așa, însă este puțin probabil. Alegând pariul efortului și al perseverenței, dacă te vei uita mai atent vei constata că tot ceea ce faci va contribui în primul rând la fericirea ta, la binele tău și la dezvoltarea ta personală!

Scris de Marian Rujoiu

DESPRE CONCEDIERE

Da, mi s-a întâmplat și mie, am simțit pe pielea mea cum este să fii chemat într-o vineri după-amiază, cu trei zile înainte de concediu, în biroul șefului și să îți se spună un „pa” voalat, să se ridice umerii nonșalant, iar privirile să spună compătimitor „asta e viața”. Motivul evenimentului inopinat nu are sens să fie dezbătut acum. **Experiența** în sine, însă, merită să fie comentată.

Primul impact.

Trebuie să recunosc că șutul primit a fost cam cu elan, iar impactul zdravăn. Evident, au început să se nască **gânduri** de genul: ce fac mai departe (cu atât mai mult cu cât lucrăm într-o industrie de nișă), cum mă va afecta pe mine criza, cât de repede îmi voi găsi job, ce impact va avea asupra mea experiența concedierii, cât de repede mă voi „ridica”, dacă am greșit eu... și lista poate continua.

Gândurile de după primul impact. Primele reacții nu m-au transformat într-un munte de optimism, din contră. Totuși, glasul rațiunii și-a făcut loc, făcându-mă să înțeleg că în situația dată nu avea sens să-mi pun singură piedică printr-o gândire negativistă. Mi-am amintit cum, într-una din frunzările de pe net, am dat peste un articol în care Erik Kish vorbea despre **o perspectivă mai puțin uzuală a concedierii**.

Această perspectivă se poate naște odată cu **modul optimist în care putem alege să vedem lucrurile**. Dacă am putea să vedem partea plină a paharului, să redescoperim motivații personale cheie, sau dacă ne-am întrece pe sine prin antrenarea unor energii noi, de adaptare la schimbare, scenariul descris de el nu ar mai părea paradoxal și improbabil de realizat:

„Cel puțin 20 de oameni au venit și mi-au mulțumit că i-am dat afară. Când cineva te dă afară, îți creează oportunități pe care nu le vezi. Oamenii văd în datul afară un dezastru. Este o oportunitate. Eu îmi doresc câteodată să mă dea cineva afară” - a declarat, joi, vicepreședintele Rompetrol Eric Kish, la a treia ediție a seminarului PR Forum. — [bloombiz.ro](#)

Am încercat încet-încet să fac din concediere provocarea despre care vorbea Erik Kish și să văd experiența ca fiind una pozitivă. Citisem

pe un blog de self development (dumblittleman.com) cum **rezistența creierului la schimbare** se face prin construirea unei rețele neuronale, alimentată de gânduri și sentimente noi, care ajută procesului de familiarizare cu evenimentul în cauză.

Pentru că acele rețele neuronale sunt nou formate, **modul de comportare, gândire sau trăire, va fi încet și dificil**. În timp, însă, prin repetiție, vor deveni un mod natural de gândire.

Aceste tehnici de „antrenare” a creierului nu sunt deloc facile și, cum tot doream să le experimentez, mi-am propus să încerc să le asociez cu **beneficiile gândirii optimiste**. Am văzut părțile bune ale problemei.

Și ce ar putea să fie benefic atunci când îți pierzi locul de muncă? Primul lucru la care mă gândesc este **timpul**. Timp pentru noi, timp pentru a descoperi cărți, cum este cea a lui Tom Hodgkinson, „Cum am ales libertatea” – mic tratat pentru o viață fără griji, pentru a scăpa de agitația unei zile de muncă, timp pentru a sări peste trezitul de dimineață devreme, timp pentru a gândi ce vrem să facem mai departe... timp mai mult, măcar pentru o vreme.

Schimbări acceptate

Fără job și cu timp berechet de aplicat, am început în forță **căutarea unui alt job**. Evident, în același domeniu și pe aceeași poziție, doar asta îmi era cel mai la îndemână, nu? M-am gândit totuși dacă mi-ar plăcea să fac și altceva și dacă sunt cu adevărat convinsă că acesta de până acum este drumul pe care vreau să merg mai departe.

Am alungat însă repede această idee... părea a fi mult prea greu de digerat și asta pentru că lucram de ceva timp în industria IT, acumulasem experiență și se câștigau bani frumoși.

Importanța timpului

Pentru că angajatorii nu s-au aruncat să mă contacteze imediat ce am depus CV-ul, am avut timp și să gândesc, să mă ascult, să-mi dau seama **ce vreau să fac cu adevărat și care sunt înclinațiile și punctele mele forte**. Oare mă folosiseam până acum de ele în alegerile pe care le-am făcut?

Mereu am invidiat oamenii care își fac cu pasiune meseria. Eu m-am numărat printre ei? Dacă nu pot răspunde cu un „da” hotărât, **de ce să nu privesc această schimbare forțată ca pe un pas spre „mai bine”?** Am ales acest subiect ca topic principal în discuțiile cu prietenii, familia și, nu în ultimul rând, cu persoane avizate.

Treptat, s-a conturat un sens și am găsit un punct de pornire, înțelegând că fiecăruia dintre noi îi este natural și la îndemână un ceva anume. Cât eram de conștientă de atuurile personale și în ce măsură mă ghidaseră până acum în alegerile profesionale făcute?

Abia acum realizez că lucrurile nu trebuie schimbate radical și cum pașii mărunți mă lasă să mă apropiu mai încet, este drept, dar mai sigur de ceea ce încerc să găsesc. De ce să nu ne oferim timpul de care avem nevoie ca **să înțelegem ce vrem să facem de fapt?** Timp să experimentăm mai ales, să acționăm, să vedem ce ne place și ce nu.

Pornim în viață de mici, învățați că trebuie să știm ce vrem să ne facem când suntem mari. Răspunsuri ca medic, avocat, învățătoare primesc înapoi mângâieri tandre pe creștet. Câți dintre noi însă **urmăm aceste vise** și ce facem dacă, mari fiind, găsim dificultate în a descoperi cea ocupație?

Dacă analizăm evenimentele profesionale mai importante din viața noastră, realizăm că **puțini suntem cei care au devenit la maturitate oglinda viselor din copilărie**. O mare parte din întâmplările care ne-au marcat sunt produsul unei anumite conjuncturi, a unei intersecții de drumuri și fapte, de cele mai multe ori neplanificate. Detașându-ne de concepția implacabilă a unui „dat”, vedem ca într-o piesă de teatru cum, în acele momente decisive, au fost prezenți actorii – noi sau persoane care ne-au influențat, scena – locul întâlnirii și scenariul – toate faptele și întâmplările care ne-au adus în acel moment și loc.

Navigăm într-o rețea de oportunități, întâlniri, despărțiri, eșecuri sau realizări. De noi depinde însă să stabilim impactul fiecărei experiențe asupra traiectoriei pe care vrem să o urmăm în viață, la un moment dat. O concediere poate fi - de ce nu? - un punct propice de schimbare în carieră, așa cum o promovare poate fi confirmarea unui job care nu ne place, indiferent de poziția pe care o ocupăm.

Scris de Alina Buzatu

CUM AFLI CARE ÎȚI ESTE VOCAȚIA?

Observ tot mai mulți oameni care se învârt între a se simți bine cu ceea ce fac și a se simți dezamăgiți de ceea ce fac. Și aici sunt mai multe aspecte de luat în calcul. Spre exemplu, poți face ceva ce inițial nu-ți face plăcere, ulterior începând să-ți aducă satisfacție. Asta e descoperirea de sine sau găsirea valorilor interioare. O a doua variantă este în felul următor: începi să faci ceea ce crezi că-ți face plăcere și ajungi la o concluzie din următoarele două: fie iubești ceea ce considerai că-ți place inițial, fie ajungi la concluzia că ceea ce faci acum nu este tocmai cel mai potrivit lucru pentru tine.

Sintetizând cele de mai sus ajungem la o concluzie foarte simplă, și anume că pentru a-ți descoperi vocația e necesar să faci alegeri. Alegi o alternativă în detrimentul alteia. De cele mai multe ori, asta provoacă frustrări în rândul oamenilor, pentru că nu știi cum să se comporte cu situația curentă.

Spre exemplu, alegi să mergi la Facultatea de Matematică și Informatică, deși ai o pasiune și pentru istorie. Începi să crezi că domeniul matematic este cel care te pasionează, iar istoria rămâne prăfuită într-o cutie a amintirilor. Pe măsură ce începi să dai examene la Facultatea de Matematică începi să-ți pui întrebări: „Oare nu era mai bine să fi mers la Istorie?” Derulându-se tot mai mult sesiunea, frustrările se acumulează și ești extrem de dezamăgit: „Cu siguranță era mult mai bine la Istorie. Ce greșeală am făcut!” În mintea ta se formează deja concluzia că ar fi fost mult mai bine la Istorie, prin prisma faptului că ai primit ceea ce nu te așteptai din partea Facultății de Matematică și Informatică. Deși nu ai idee cum ar fi fost experiența la Facultatea de Istorie, ești foarte convins că ar fi fost mai frumos decât la Matematică.

Acest fapt reflectă tendința tot mai mare de schimbare a oamenilor. Lucrurile evoluează cu viteză, ceea ce în urmă cu 10 ani făceau 100 de oameni acum face un singur om cu un calculator. Cei proactivi merg în ritm cu schimbările și sunt deschiși oportunităților, făcând ei lucrurile să se întâmple.

Atunci când iei o hotărâre referitor la ce facultate să urmezi sau ce job să urmărești e indicat să te gândești că alegerea pe care o faci este cea mai bună din acel moment. În exemplul de mai sus, dacă nu alegeai

să experimentezi cum este la Facultatea de Matematică și Informatică, nu ajungeai la concluzia că este o facultate nepotrivită.

De cele mai multe ori oamenii nu știu ce-și doresc, dar știu ce nu-și doresc. Un lucru excelent, pentru că odată ce știi ce nu-ți dorești poți afla destul de ușor ceea ce-ți dorești. E indicat să-ți pui întrebarea: „Rezultatele acestei hotărâri vor aduce mai multă sau mai puțină fericire?”

Nu există o rețetă secretă pentru a-ți descoperi vocația, dar sunt pași pe care dacă-i urmezi poți ajunge să afli ceea ce-ți dorești mult mai ușor.

1. În primul rând, stabilește care este cel mai important lucru pentru tine, adică de ce vrei să faci ceea ce urmează să faci?

2. Construiește-ți mental imaginea pe care vrei să o aibă și ceilalți despre tine. Importanța proiectării este fundamentală pentru atingerea succesului.

3. Caută să fii proactiv, să acționezi cât mai mult, pe planuri diferite, pentru a vedea ceea ce se mulează tot mai bine pe imaginea ta.

4. Elimină gândurile negative care nu-ți dau voie să progresezi. Nu te lăsa descurajat de oamenii care-ți spun că domeniul ales de tine este imposibil.

5. Caută cei mai mari lideri din domeniul în care vrei să activezi și află cum și ce au făcut și ei. Când vezi parcursul unei persoane îți dai seama dacă vrei să urmezi sau nu un drum asemănător.

6. Este foarte important să ceri feedback profesioniștilor din domeniul tău, să afli ce merge și ce nu merge, ce e nevoie să îmbunătățești și să adaptezi.

Tocmai descopeream în speech-ul unei foarte bune prietene 3 elemente pentru care oamenii fac ceea ce fac:

- 1) Pentru bani
- 2) Facem ceea ce vor ceilalți să facem pentru că părerea lor este foarte importantă pentru noi
- 3) Facem ceea ce facem pentru că iubim ceea ce facem, ne-am descoperit pasiunea

Facem ceea ce facem pentru bani, fie că este vorba de bani pentru supraviețuire, fie că este vorba de banii ce-ți aduc libertatea financiară. Ei bine, acei bani care-ți aduc libertatea financiară nu sunt bani pe care-i câștigi făcând ceea ce nu-ți aduce satisfacție, pentru că nu poți construi un imperiu din frustrări și nemulțumiri.

Aș vrea să vorbim puțin despre acei bani care-ți aduc minimul necesar pentru a supraviețui. Sunt foarte multe persoane care se află în această situație, atât în România cât și în celelalte colțuri ale lumii. Oamenii aleg joburi prost plătite pentru a-și asigura minimul necesar pentru traiul zilnic pentru că acestea sunt cele mai accesibile. Piața este plină de astfel de joburi.

Call-centerurile au devenit „o mare modă” pentru majoritatea studenților, la fel ca împărțirea flyerelor. Sunt studenți care aleg și un internship la o companie multinațională, continuând pe aceeași ramură cu facultatea. Aceste internshipuri sunt net inferioare ca și număr în comparație cu prima categorie de joburi. Mai sunt stagiile de practică unde înveți să faci o cafea bună pentru manager și să tragi la xerox.

Din fericire, am avut ocazia să activez într-o companie națională de telefonie și am văzut cum stau lucrurile. Am ales jobul respectiv dintr-o dorință mare de a vedea ce înseamnă să ai un job. Am învățat extrem de multe lucruri, mai ales că intram în contact cu sute de oameni zilnic. Am avut colegi pe care i-am întâlnit în primele zile de training care spuneau că vor să plecăm împreună după o săptămână. Afirmam asta cu vehemență pentru că am observat că acel job nu este ceea ce vrem. Ei bine, nu s-a întâmplat tocmai așa. Eu mi-am dat demisia după aproximativ o lună și jumătate, iar ceilalți colegi ai mei au rămas.

În rândul colegilor deja se instalase „confortul jobului”, nu mai conta dacă vin cu plăcere la muncă sau dacă simt că acel job nu este indicat pentru viitorul lor. Deja aveau un venit care sosea lunar, iar asta le conferea încrederea că este indicat să rămână încă în companie.

Aici este o capcană extrem de mare în care pot cădea mai ales studenții. Își iau un astfel de job și îl păstrează o perioadă foarte îndelungată pentru că percep foarte greu valoarea timpului. Timpul este tot ceea ce avem. Faptul că alegi să rămâi într-o companie doar pentru că vin niște bani mi se pare o lipsă de respect față de tine.

Dacă ești în situația dificilă în care ești nevoit cu adevărat să ai acel job pentru a supraviețui, este în regulă. Poți rămâne la acel job, iar în câteva ore pe zi să-ți construiești ceva pe pasiunile tale. E adevărat că-ți ia mai mult timp, dar merită efortul. Una este să aloți 10 ore pe zi pasiunii tale și alta e să aloți 2 ore pe zi. Măcar de-ar fi așa, dar oamenii se obișnuiesc cu acel job care le oferă minimum de trai, acumulează frustrări și încep să arunce vina pe sistem, pe guvern, pe președinte, pe criză și tot așa. Nu mai au convingerea de la început cum să rămână la acel job, dar în paralel să construiască ceva legat de pasiunea lor.

Încep să se simtă tot mai prost, apar problemele de sănătate, probleme în relația de cuplu, în relațiile interpersonale. Așadar, pot numi aceste joburi „de început” ca fiind destul de problematice pentru că poți cădea foarte ușor în capcană. Dacă știi cu adevărat cine ești și știi ceea ce-ți dorești nu ai cum să cazi în astfel de capcane, pentru că întotdeauna vei încerca să-ți urmărești doar pasiunea.

Legat de al doilea aspect punctat foarte bine de către prietena mea, și anume facem ceea ce vor ceilalți să facem pentru că părerea lor este foarte importantă pentru noi, pot spune că m-am lovit și eu de acest lucru tot la jobul de care povesteam mai devreme. Ajunsesem într-un punct în care nu mai suportam nici gândul de a mai urca scările spre birou, vroiam atât de mult să renunț pentru că aveam persoane lângă mine care își pusese rădăcina încrederea în mine și-mi spuneau „o să faci o treabă excelentă aici, ai un potențial uriaș”. Mă descurcam foarte bine să fac ceea ce trebuia să fac, dar problema era că nu-mi plăcea.

Am stat câteva zile fără să-mi dau demisia imediat ce mi-a apărut acest gând, dar nu știu de ce am făcut-o. Era clar că nu se poate schimba toată politica firmei sau orice alt lucru pentru ca acest job să fie ideal pentru mine. Și, mai mult decât atât, se bătea cap în cap cu câteva principii de viață de-ale mele. Atunci mi-am dat seama că ceva este în neregulă și că, indiferent cine mi-ar spune că fac treaba excelentă și să rămân acolo, eu nu voi rămâne. Și nu am rămas, chiar dacă apropiații insistau să rămân.

Am decis că este mult mai important să-mi construiesc viața așa cum îmi doresc eu, să nu fac lucruri care să compromită misiunea vieții mele. O singură persoană din viața mea a fost extrem de încântată pentru decizia adoptată de mine, restul se eschivau și evitau să-și dea

cu părerea. Câțiva mi-au spus că am abandonat mult prea devreme și că trebuia să rămân, că trebuia să fac, că trebuia, trebuia și iar trebuia. Dar nu trebuie nimic din ce vor alții, „trebuie” să faci ceea ce-ți aduce satisfacție ție pentru a-ți urmări visele tale, pentru a-ți trăi viața ta. Cum un alt bărbat nu poate să facă sex cu soția ta în locul tău, așa nici o altă persoană nu poate trăi viața ta. Viața trebuie trăită de tine!

Caută să faci întotdeauna ceea ce-ți place și cum se aprinde o mică scânteie exploatează acel teritoriu. Este clar că este un „greenfield” care are nevoie de timp și efort pentru a fi fructificat. Asumă-ți responsabilitatea pentru pasiunile pe care le ai, nu te da în lături doar pentru faptul că vrei să fugi de decizii și responsabilitate. Atunci când descoperi ceea ce vrei să faci cu viața ta îți asumi întreaga responsabilitate. Nu vor mai decide alții pentru tine, nu vei mai face ceea ce intră în conflict cu principiile tale. Vei respecta întru totul cultura ta proprie.

Descoperirea vocației este un lucru extrem de important pentru că în viață contează să faci doar ceea ce-ți face plăcere, ceea ce te face să te simți împlinit. Așa că, dacă-ți descoperi vocația devreme, ai tot mai mult timp să te bucuri de incredibila experiența pe care ți-o oferă viața.

Scris de Cristi Neacșu

33 DE ÎNTREBĂRI DESPRE TINE - CĂLĂTORIE ÎN PREZENT!

Am citit în nenumărate cărți următoarea întrebare:

„Oare pe patul de moarte îți vei fi dorit să fi stat mai mult timp la birou?”

Probabil răspunsul intuitiv pe care și-l dă fiecare este: cu siguranță că nu!

Este o întrebarea grea, însă în același timp o consider limitativă, în sensul în care are și petrecerea timpului la birou avantajele lui! Îți asigură un loc de unde îți câștigi anumite venituri, un loc în care te dezvolti personal și profesional, un loc de unde ne plătim facturile dorite sau nedorite! Este totuși un context social de care putem face abstracție foarte greu!

Sfârșitul lumii este o temă care vinde, o temă pentru unii interesantă, iar pentru unii foarte ridicolă. Ce-mi este mie clar este că sfârșitul lumii va veni la un moment dat, într-o formă sau alta, cu transformări mai mari sau mai mici! Dacă va fi mâine sau peste 2.000.000 de ani, nu avem de unde să știm! Sunt multe incertitudini! Cu toate acestea, un lucru este cert și anume că sfârșitul nostru ca persoane va veni la un moment dat, poate mâine, poate peste 80 de ani. Ne dorim să facem anumite lucruri mai repede, ne dorim de prea multe ori ca timpul să treacă mai repede și nu conștientizăm că fiecare clipă care trece ne duce cu un pas mai aproape de moartea fizică.

Foarte mulți oameni care au experiența sfârșitului, fără să aibă parte de acesta, decid să facă ceva cu viața lor, alți oameni nu fac nimic niciodată, iar alți oameni trăiesc cu certitudinea nefastă că mai au, urmare a unei boli incurabile, doar 3 luni de trăit!

Îți propun un exercițiu simplu, nu o călătorie în viitor, ci o călătorie în prezent. Evaluează-ți viața, ca și cum ar fi sfârșitul! Evaluează ce ai fost până acum, ce ai făcut sau ce ai avut! Cu siguranță este un demers incomod pentru că este mai simplu să nu ne asumăm ceea ce am făcut sau ceea ce am fost! Dacă ar fi să-ți scrii propriul necrolog, care ar fi acesta? Poate întâmpini o rezistență, considerând inutil să-ți faci o asemenea analiză, și cu cât vei opune mai multă rezistență cu atât mai mult, probabil, ai nevoie să-ți răspunzi la întrebările de mai jos! Îți

propun 33 întrebări care ți-ar putea schimba viața. Răspunzând la ele ai putea să dai un sens vieții tale și să-ți descoperi misiunea și rostul!

Te invit să ieși o foaie de hârtie (sau să printezi acest articol) și să răspunzi la următoarele întrebări:

1. Ce te-a oprit până acum cel mai mult să ai o viață împlinită (notează 3 lucruri/fapte/emoții/etc) ?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

2) Ce ai putea face de acum încolo pentru a înlătura fiecare din cele trei bariere?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

3. Ce ai făcut până acum pentru a învăța, pentru a te dezvolta?

- a) _____
- b) _____

4. Ce ai putea face în continuare pentru a te dezvolta și a învăța mai mult?

- a) _____
- b) _____

5. Ce ai făcut până acum pentru a fi mai sănătos?

- a) _____
- b) _____

6. Ce ai putea face în continuare pentru a fi mai sănătos?

- a) _____
- b) _____

7. Ce lucruri remarcabile ai făcut până în prezent care au adus o contribuție ție, dar mai ales celor din jur?

a) _____

b) _____

8. Ce lucruri remarcabile ai putea să faci în continuare?

a) _____

b) _____

9. Care sunt talentele tale folosite sau nefolosite?

a) _____

b) _____

10. Cum ai putea să le pui în aplicare pentru a fi mai fericit sau mai împlinit?

a) _____

b) _____

11. Ce lucruri bune/ fapte bune ai făcut până acum?

a) _____

b) _____

12. Ce lucruri bune/ fapte bune ai putea face în continuare?

a) _____

b) _____

13. Care sunt oamenii din viața ta cărora le ești recunoscător?

a) _____

b) _____

c) _____

d) _____

e) _____

14. Cum ai putea să-i arăți fiecăruia dintre ei că le ești recunoscător?

a) _____

b) _____

c) _____

d) _____

e) _____

15. Dacă astăzi ai afla că mai ai doar 7 zile de trăit, care ar fi acele 5 lucruri pe care le-ai face?

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____
- e) _____

16. Cum ai lăsat până acum să se reverse iubirea ta asupra propriei persoane, asupra familiei și asupra celor din jur?

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____
- e) _____

17. Cum ai putea să continui astfel încât să te simți și mai împlinit?

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____

18. Care sunt cele mai importante lucruri pe care le prețuiești cel mai mult la tine?

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____
- e) _____

19. Cum ai putea să valorifici în viață aceste 5 lucruri pentru a te simți mai împlinit?

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____
- e) _____

20. Ce ai făcut până acum pentru a sparge rutina vieții tale?

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____

21. Ce ai putea face în continuare pentru a ieși din starea de confort, pentru a-ți lărgi cercul experiențelor astfel încât să te simți mai împlinit?

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____

22. Ce te face pe tine unic, diferit și special?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

23. Ce ar trebui să se întâmple pentru a fi tu mai împăcat cu tine?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

24. Cum crezi că ai putea să te bucuri mai mult făcând munca pe care o faci acum?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

25. Cum crezi că ai putea să aduci mai multă împlinire în viața ta?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

26. Ce te oprește acum?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

27. Cum ai putea să servești mai bine scopului vieții tale?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

28. Ce ai putea face astfel încât să simți că viața ta are un sens cu adevărat desăvârșit?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

29. Care sunt acele 3 lucruri care te-au oprit până acum să ai o viață mai împlinită?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

30. Care sunt lucrurile cu adevărat importante din viața ta?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

31. De ce crezi că aceste lucruri sunt importante pentru tine?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

32. Cum ai putea să faci astfel încât să dai mai multă atenție acestor lucruri cu adevărat importante pentru tine?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

33. Care sunt acele 3 lucruri pe care le vei face astăzi ca urmare a răspunsurilor pe care ți le-ai dăruit?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

Adaugă valoare vieții tale răspunzând sincer acestor întrebări. Nu există răspunsuri corecte sau greșite, sunt răspunsurile tale! **Este momentul să incluzi persoana ta în planul vieții tale!** Ține aproape de tine aceste răspunsuri și recitește-le cel puțin o dată pe săptămână! Acest demers simplu poate aduce în viața ta mai multă împlinire decât îți imaginezi! Acceptă provocarea, pentru că este important ca măcar o dată la câțiva ani să vezi în ce măsură contezi tu pentru tine cu adevărat! Poți învăța, te poți simți împlinit, fericit, poți avea succes, te poți schimba, poți să ai tot ce-ți dorești!

Te rog să nu fii surprins dacă, după ce vei răspunde acestor întrebări, viața ta poate avea un sens la care nu te-ai gândit până acum!

Permite-ți să strălucești!

Scris de Marian Rujoiu

RAZBOIUL ANGAJAT-ANGAJATOR ȘI SOLUȚII

În activitatea pe care o depun (cursuri de instruire), întâlnesc tot mai des războiul psihologic dintre angajat și angajator. Poate este mult spus război sau poate este prea puțin spus. Chiar și articolele pe care le scriu au o soartă similară. Dacă scriu un articol pentru a-i ajuta pe manageri, sar angajații ca arși și, la fel, dacă scriu un articol destinat angajaților, angajatorii sunt nemulțumiți. Poate așa e natura umană sau poate ne caracterizează pe noi ca nație deoarece avem anumite convingeri care ne limitează atât ca angajați, cât și ca angajatori.

Mulți dintre angajați își spun în minte lucruri de genul:

- muncesc pentru a-l îmbogăți pe șef;
- oricum sunt plătit prea puțin;
- șefii sunt persoane arogante;
- am o valoare mult prea mare pentru această companie;
- țara este plină de manageri incompetenți.

Angajatorii, pe de altă parte, își spun în minte:

- cred că îl plătesc prea mult;
- dacă mă port frumos, și-o ia în cap;
- el știe doar că vrea salariul, nu și ce cheltuieli am;
- nu muncește nici jumătate din timpul în care stă la serviciu.

Lista poate continua pe ambele direcții. Menționez că nu toți gândesc la fel, sunt însă și excepții, din punctul meu de vedere. Sper ca aceste excepții să devină cât de curând reguli.

Această poziție conflictuală generează ineficiență, frustrare, stres și atmosferă neplăcută. Vreau să punctez că acest război psihologic, mai mult sau mai puțin declarat, are repercusiuni care nu fac fericit nici angajatul, nici angajatorul. Am întâlnit atât de des această situație, altfel nu aș fi scris acest articol. Am observat și situații în care lucrurile nu stăteau în acest fel, tocmai de aceea cred că lucrurile pot fi îmbunătățite.

Această situație seamănă foarte mult cu Triunghiul Dramatic a lui Stephen Karpman. Astfel, în Analiza Tranzacțională sunt identificate 3 roluri care pot fi jucate:

- Persecutorul
- Victima
- Salvatorul

La aceste trei roluri se poate adăuga și un al patrulea rol numit **Public!**

Ar fi multe de discutat privind această abordare, în sensul că seamănă foarte mult cu subiectul abordat. Aceste patru roluri sunt identificate constant în cadrul unui mediu de lucru conflictual. Interesant este că aceste roluri se schimbă permanent, în sensul că angajatul de exemplu poate să preia rolul de victimă, apoi de persecutor, de public sau poate chiar de salvator. **Acest joc funcționează la intensitate maximă când sunt prezenți toți jucătorii.** Un exemplu poate fi sancțiunea dată de un șef (Persecutor) care conduce la victimizarea muncitorului (Victimă), urmând ca angajatul să caute printre colegi, influențatori sau un sindicat, un sprijin (Salvator) și, evident, intervine Publicul, care va juca rolul de spectator. Pe măsură ce se amplifică jocul, rolurile se schimbă permanent, chiar șeful poate deveni Victimă și Publicul, de exemplu, poate deveni Salvator. Aceste roluri sunt caracterizate de o dinamică continuă. Am expus această perspectivă pentru a înțelege mai bine aceste relații conflictuale. **Concluzia e simplă: în nouă din zece cazuri aceste jocuri se sfârșesc prost și seacă de energie pozitivă toate părțile implicate,** fiind necesară o bună bucată de vreme pentru repornirea mecanismului.

Cine este de vină?

Răspunsul unanim al angajaților este că angajatorii/șefii sunt de vină, iar pe de altă parte angajatorii spun că angajații sunt de vină. Ne putem complăce în această situație aruncând vina pe cealaltă parte, în realitate însă ambele părți sunt de vină. O împărțire ideală a timpului este: 8 ore la serviciu, 8 ore personal și 8 ore odihnă. Sunt totuși opt ore pe care le petrecem la serviciu, o treime din viața de adult, de ce să nu facem nimic în acest sens? Preferăm să ne victimizăm, să ne învinovățim și să ne plângem de milă.

Există soluții?

Răspunsul ferm este da, există soluții, atât pe termen scurt, cât și pe termen mediu sau lung. Știu că antreprenorii au în primul rând grija plății salariilor sau a cheltuielilor curente, la fel cum și angajații au cheltuielile lor legate de casă, mașină, rate, copii, telefon etc.! Este o relație angajat-angajator care se poate îmbunătăți, fiecare parte are nevoile ei. Vă propun așadar să lăsăm oamenii din noi să iasă la lumină. Valori precum respect, excelență, integritate, onestitate pot fi îmbrățișate de ambele părți. Propun acest demers întrucât fiecare parte merită mai mult. Poți însă să primești mai mult numai dacă ești dispus să oferi mai mult, dar, ce-i drept, nu-i o garanție.

Ce pot face angajatorii?

1. Să înțeleagă că lucrează cu oameni care trebuie respectați ca indivizi
2. Să manifeste mai multă deschidere față de propunerile acestora
3. Să dezvolte potențialul din fiecare angajat
4. Să scape de convingerile limitatoare enunțate mai sus
5. Să comunice mai mult cu angajații
6. Să renunțe la a mai face favoruri nejustificate unora dintre angajați
7. Să fie corecți și să se țină de cuvânt
8. Să recompenseze financiar conform meritelor
9. Să implementeze programe de motivare nonfinanciară
10. Să sprijine personal și profesional angajații ori de câte ori este posibil
11. Să selecteze oamenii care au valori similare companiei
12. Să fie mai transparent în ceea ce privește bugetul de venituri și cheltuieli (măcar la modul general)
13. Să nu jignească angajații
14. În spatele fiecărui comportament, de obicei se află o intenție pozitivă! Află această intenție pozitivă și fii mai tolerant cu angajații
15. Să vadă jumătatea plină a paharului ori de câte ori este posibil
16. Să transforme locul de muncă într-un loc în care angajații vin cu plăcere și cu zâmbetul pe buze
17. Să stimuleze întotdeauna performanța și competența
18. Să-și amintească destul de des că este om

Ce pot face angajații

1. Să înțeleagă că pot avea un viitor în companie dacă reușesc să aducă plus valoare companiei
2. Să vorbească mai puțin și să facă mai mult
3. Să renunțe la toate convingerile limitatoare enunțate mai sus
4. Să folosească eficient timpul
5. Să vorbească mai puțin pe la spate șeful sau colegii
6. Să înțeleagă că în primul rând pentru el muncește și mai apoi pentru companie
7. Să fie onest în relația cu șefii și colegii
8. Să-și caute un alt loc de muncă dacă munca nu-i este apreciată sau să-și deschidă o afacere pe cont propriu
9. Să încerce să găsească modalități plăcute pentru rezolvarea sarcinilor
10. Să vadă jumătatea plină a paharului ori de câte ori este posibil
11. În spatele fiecărui comportament, de obicei se află o intenție pozitivă! Află această intenție pozitivă și fii mai tolerant cu șeful sau colegii tăi
12. Să încerce să aducă un plus valoare atmosferei și locului de muncă

Ambele liste pot fi îmbunătățite și li se pot adăuga lucruri noi. **Scuza care ne acuză este că punem întreaga responsabilitate a comportamentului nostru pe cealaltă parte.** Este mai comod, așa ne apărăm când nu putem sau nu vrem să depunem niciun efort pentru a face ceva pentru a îmbunătăți situația. Soluția este depunerea unui efort comun de ambele părți. Să nu ne mințim spunând că vom depune un efort pentru cealaltă parte. Dacă suntem dispuși să facem ceva, atât ca angajați cât și ca angajatori, o facem în primul rând pentru noi. **Dacă nu înțelegem că acest efort este benefic în primul rând pentru noi, efortul nostru va fi în zadar.** Putem să ne bucurăm de cele 8 ore petrecute la serviciu cu bunele și cu relele lor. Putem să zâmbim mai mult, să ne bucurăm mai mult și să fim mai toleranți. Acest război pe care l-am menționat mai sus scoate ce este mai rău din noi, acoperind diamantul din fiecare dintre noi. Acest război este în mintea noastră, realitatea poate fi frumoasă. Fiecare angajat sau angajator este un diamant care așteaptă să strălucească. Permite-ți să strălucești!

Poți să-ți provoci șeful sau angajații printând acest articol și lipindu-l într-un loc vizibil. Așteaptă-te la orice apoi, fii pregătit să faci față situației pentru că este o realitate care uneori doare, iar când vezi scris, doare și mai tare. Să dăm totuși o șansă celorlalți dându-ne o șansă nouă, pentru că merităm mai mult. Poți să trimiți acest material prin e-mail acolo unde crezi că poate avea un efect cât de mic. Aproape că am luat-o ca pe o datorie de-a mea să încerc să îmbunătățesc acest aspect în România, convins fiind că se poate. Am nevoie doar de ajutorul vostru. Acceptați provocarea? Poate că nu sau poate că da, poate nu suntem pregătiți încă să trecem peste convingerile limitatoare de mai sus.

Cu bucurie și optimism,

Marian Rujoiu

ANGAJAT, FREELANCER SAU ANGAJATOR – AFLĂ CE STATUT ȚI SE POTRIVEȘTE?

Nu toți oamenii sunt potriviți să fie angajatori la fel cum nu toți oamenii sunt potriviți să fie angajați. Fiecare domeniu necesită abilități distincte care te pot ajuta să faci cu plăcere și cu rezultate ceea ce ți-ai propus. Orice am alege (angajat, freelancer sau antreprenor) vom avea parte atât de dezavantaje, cât și de avantaje. Niciun rol nu este de dorit a priori, ideal este să pui în concordanță abilitățile tale cu poziția pe care vrei să ți-o asumi! Răspunzând cu sinceritate chestionarului de mai jos, vei afla ce statut ți se potrivește mai mult! Este posibil ca în oarecare măsură toate răspunsurile să vă caracterizeze, alegeți însă acele variante care sunt mai aproape de ceea ce vă caracterizează! Aveți întrebări cu trei variante din care trebuie să alegeți una.

1. În acest moment ești:

- a) angajat
- b) angajator
- c) freelancer

2. Alege afirmația care te caracterizează cel mai mult:

- a) prefer să lucrez singur
- b) prefer să conduc echipe
- c) prefer să lucrez în echipă

3. Știi că am procedat bine atunci când:

- a) șeful îmi confirmă
- b) simt eu astfel
- c) colegii îmi confirmă

4. În munca pe care o depui:

- a) este prezent un hobby al tău
- b) nu este prezent un hobby al tău
- c) doar în oarecare măsură

5. Atunci când ai de luat o decizie:

- a) analizezi riscurile în primul rând
- b) mergi pe ceea ce simți în primul rând

c) nu iei foarte serios în calcul riscurile

6. În ce măsură ai încredere în abilitățile tale:

a) în mică măsură

b) în mare măsură

c) în foarte mare măsură

7. Când ai ceva de făcut, cum crezi că este cel mai eficient să procedezi?

a) să lucrezi singur

b) să lucrezi împreună cu cineva

c) să delegi altcuiva mai priceput

8. Cât de repede iei o decizie?:

a) de obicei foarte repede

b) de obicei iei deciziile fără să te grăbești

c) de obicei iei deciziile după minuțioase analize

9. De obicei:

a) naști conflicte

b) aplanezi conflicte

c) mediezi conflicte

10. Atunci când lucrezi în condiții stresante, care din variantele următoare te caracterizează cel mai adesea?

a) capacitatea de a coordona

b) capacitatea de a iniția

c) capacitatea de a analiza

11. Când lucrezi într-un grup, cel mai mult apreciezi:

a) când cineva vine cu idei strălucite

b) când tu vii cu idei strălucite

c) când ai ocazia să-ți faci bine treaba, în primul rând

12. De obicei, într-un grup ești persoana care:

a) ia inițiativa

b) coordonează

c) se implică pe sarcina primită

13. Atunci când riscurile sunt foarte mari, preferi să:

- a) ți le asumi
- b) să renunți la plan
- c) să amâni luarea unei decizii

14. Care din lucrurile de mai jos ți se reproșează cel mai des:

- a) că nu te faci înțeleș
- b) că nu-ți vezi de treaba ta
- c) că nu reușești să te focalizezi pe rezultat

15. Consideri că cel mai mare avantaj al muncii în echipă este:

- a) faptul că fiecare are ocazia să se exprime
- b) faptul că fiecare face ce știe cel mai bine
- c) faptul că echipa este condusă de tine

16. Cel mai mult apreciezi la oameni:

- a) talentul lor
- b) profesionalismul lor
- c) felul lor unic de a fi

17. Dacă ai dispune de 10.000 de euro și ai fi constrâns să apelezi la una din variantele următoare, pe care ai alege-o?

- a) i-ai pune la bancă cu o dobândă de 15%
- b) i-ai investi în personal branding (reclame, apariții tv)
- c) ai deschide un magazin online

18. Dacă ai scrie o carte și ar trebui să alegi unul din următoarele trei titluri, pe care l-ai alege:

- a) „Nu riști, nu câștigi”
- b) „Trebuie să riscăm cu măsură”
- c) „Să riscăm cât mai puțin”

19. Care din tipurile de venit le agreezi:

- a) bianual (sumă mare, risc mare)
- b) ocazional (sumă medie, risc mediu)
- c) lunar (sumă moderată, risc minim)

În funcție de punctajul pe care l-ai obținut, poți afla unde te situezi pe axa **angajat-freelancer-antreprenor**. Cu cât ești mai aproape de cifra 0, cu atât șansele de a fi un antreprenor strălucit cresc! Cu cât te situezi mai aproape de 21 puncte, cu atât ți s-ar potrivi mai mult rolul de freelancer! Cu cât te apropii mai mult de 42 de puncte, cu atât rolul de angajat ți este mai potrivit!

angajator	freelancer	angajat
0-14 puncte	15-28 puncte	29-42 puncte

- Dacă ai obținut **între 29 și 42 puncte** – rolul de angajat ți se potrivește cel mai mult în acest moment! Bucură-te de acest statut cu toate binefacerile lui!

- Dacă ai obținut **între 15 și 28 puncte** - ești la granița dintre angajat și angajator! Ți se potrivește statutul de freelancer, variantă pe care o poți alege pentru un număr de ani, urmând ca după maxim 10 ani să poți alege oricând fie statutul de angajat, fie cel de angajator.

- Dacă ai obținut **între 0 și 14 puncte** - ai șanse mari să reușești în antreprenariat! Acest rezultat nu reprezintă o garanție că vei reuși, însă cu siguranță reprezintă o premisă bună pentru a demara o afacere!

Scris de Marian Rujoiu și Raluca Rujoiu

SECȚIUNEA 2 (angajat)

2.1. CV-ul

15 ÎNTREBĂRI ȘI RĂSPUNSURI DESPRE CV

1. Este obligatoriu ca CV-ul să aibă o singură pagină?

R. Lungimea unui CV nu trebuie să depășească două pagini A4. Cât de mult sunt completate acestea depinde de cât de multe ai făcut până acum. Pentru studenți și proaspăt absolvenți completarea celor două pagini va fi foarte dificilă, deoarece nu au prea multă experiență. Dacă acesta este cazul tău, o singură pagină A4 este suficientă. Cei care au avut o carieră bogată, pe de altă parte, vor trebui să fie selectivi cu ce vor trece în CV, în acest caz folosirea marginilor și paragrafelor este importantă.

2. Secțiunea legată de educație trebuie să fie neapărat în partea superioară?

R. Dacă încă ești student sau proaspăt absolvent, cunoștințele academice sunt un punct major al calificării tale și este recomandat să fie plasate aproape de partea superioară a CV-ului. De asemenea, sunt domenii, de exemplu comunicațiile, în care se pune preț mai mult pe experiență decât pe diploma obținută și de aceea în asemenea situații este bine să plasezi calificările în partea de jos a paginii.

3. Este întotdeauna nevoie să treci un obiectiv?

R. Nu, nu este crucial. Dar un angajator va fi impresionat de faptul că știi exact unde vrei să ajungi și ce vrei să faci în viitor, mai ales dacă se aseamănă cu planurile lor de dezvoltare.

4. Și dacă nu am făcut prea multe ca să am ce să trec în CV?

R. Acest lucru nu contează, toată lumea trebuie să plece de undeva. Dacă conținutul este puțin și răspândit, folosește formatul și fonturile în așa fel încât să arate bine pe un format A4.

5. Trebuie trecute hobbyurile și domeniile de interes?

R. Nu este imperativ acest lucru, dar îi poate furniza angajatorului o imagine asupra personalității tale

6. Trebuie incluse și referințele?

R. Este recomandat să nu apară pe CV. O notă precum “Referințe la cerere” este suficientă.

7. Ce trebuie să apară pe CV-ul meu?

R. Datele de contact, data nașterii și naționalitatea, o introducere, experiența anterioară, studiile efectuate, hobbyurile.

8. Ce nu trebuie să apară în CV?

R. Religia, referințele, orientarea sexuală, de ce ai plecat de la ultimul loc de muncă, toate studiile terminate, o poză, minciuni.

9. Trebuie să trec toate rezultatele examenelor susținute?

R. Nu, doar cele mai recente.

10. În ce ordine trebuie completate datele?

R. În partea superioară datele de contact, o scurtă introducere, experiența profesională, educația, hobbyurile.

11. Ce tip de coală să folosesc?

R. Coală de cea mai bună calitate, dar în limita bunului simț, nu exagera.

12. În ce format să salvez CV-ul pentru a-l putea trimite pe e-mail?

R. Ca să fii sigur că destinatarul poate citi aplicația ta, este bine să fie în format .txt. Totuși acest format nu îți permite să îi dai un format atractiv. Majoritatea companiilor au aplicații MS Office, așa că un document Word ar trebui să fie bun. Documentele în format PDF ocupă mai multă memorie, dar dacă aplici pentru un post în domeniul design-ului și trebuie să ai un CV mai stilizat, atunci acesta este formatul potrivit.

13. Cum mă pot asigura că CV-ul meu va fi citit?

R. CV-urile nu sunt citite la început, ele sunt scanate. Cu această idee în minte trebuie să-ți construiești CV-ul, să fie văzut dintr-o privire.

- prezintă informația concis, evită paragrafele mari de text
- organizează-ți informația astfel încât cititorul să nu caute prea mult informațiile dorite

- folosește fonturi și stiluri pentru a crea o structură vizuală a documentului

- lasă suficiente spații libere pentru a nu crea senzația de aglomerare, dezordine

- folosește un limbaj pozitiv, dar presară și câteva cuvinte specifice industriei respective

- lasă informațiile irelevante, inutile și neadecvate în afara CV-ului

14. Am nevoie de mai mult de un CV?

R. Creează-ți un “CV nucleu” folosind ghidul “Cum să construiești un CV perfect”, apoi dai o formă pentru fiecare destinatar în parte.

15. Cât de departe să merg cu informațiile pe care le trec în CV?

R. 10 ani sunt în general suficienți. Dacă mergi mai departe în trecut s-ar putea să treci informații irelevante sau, și mai rău, te îmbătrânești.

Sunt totuși situații în care experiența mai veche de 10 ani este în avantajul tău să apară pe CV. În acest caz, este o idee bună să treci din ce în ce mai puține detalii cu cât te îndepărtezi. O altă opțiune ar fi aceea de a găsi o altă modalitate de a scrie experiența mai veche de 10 ani.

Sursa: E-jobs

DE CE SUNT CV-URILE RESPINSE?

Primele impresii

Primele impresii sunt foarte importante. Dacă CV-ul tău nu atrage atenția cititorului în primele 20-30 secunde, atunci șansele tale sunt minime. Angajatorul are o sută sau chiar mai multe CV-uri pe care trebuie să se uite în doar câteva ore pentru a face o selecție. Așa că scrie experiența profesională la începutul CV-ului, nu detalii personale sau legate de educație, decât dacă informațiile nu sunt prea multe.

Ce vrea cu adevărat un interviewer să știe este de ce să te cheme la un interviu. Din acest motiv un cuprins scurt al abilităților tale și/sau o listă cu cele mai importante realizări poate fi o idee bună. Asta ar trebui să îl facă pe angajator să te cheme la interviu – dar fii atent să nu exagerezi.

O prezentare proastă

Prezentarea CV-ului este foarte importantă. Chiar dacă tu consideri că limbajul folosit și modalitatea de prezentare este bună, dacă interviewerul nu găsește informația dorită în timp util va trece la următorul CV. Ar trebui să folosești suficiente spații “goale” în CV, titluri apropiate și pauze în secțiuni.

Folosește întotdeauna un corector gramatical. Nu folosi niciodată o mașină de scris pentru că vei părea de modă veche și depășit. Folosește o coală A4 de calitate și pentru CV și pentru scrisoarea de intenție.

Lungimea CV-ului

Este foarte bine dacă reușești să nu depășești două pagini A4, asta în cazul în care nu ți se solicită un CV mai lung. Dacă nu reușești să te încadrezi în două pagini înseamnă că nu ai înțeles prea bine cerințele angajatorului. Aceștia nu vor să-ți cunoască toată viața – doar atât cât să se hotărască dacă să te cheme la interviu sau nu.

Organizarea informațiilor în CV

Dacă CV-ul tău nu este bine organizat, atunci cititorului o să-i fie greu să-l citească și nu va fi capabil să-și facă repede o părere despre tine. Nu uita că cititorul nu va petrece prea mult timp citind CV-ul – așa că dacă nu găsește repede ce îl interesează nu se va chinui să caute mai departe.

Paragrafe și propoziții prea lungi

Acestea fac CV-ul dificil de citit – încearcă să scrii propoziții scurte și la obiect și folosește liniuțele sau punctele pentru a pune în evidență titlurile subsecțiunilor.

Prea puține informații

Mulți oameni nu includ suficiente informații despre locurile de muncă anterioare și experiență, angajatorul nu are suficientă informație și de aceea tinde să respingă aplicația.

Nu ești orientat spre rezultate

Trebuie să spui despre realizările tale. Nu uita că CV-ul tău este oferta ta către angajator. Dacă nu îți spui angajatorului de ce trebuie să te angajeze, atunci ai eșuat. Un angajator o să vrea să te angajeze numai dacă descoperă beneficiile lui. Așa că spune-i care sunt beneficiile lui dacă te angajează.

CV-ul te face să arăți prea tânăr/bătrân pentru postul respectiv

În general a fi prea tânăr/bătrân poate fi o adevărată problemă și o barieră pentru avansarea ta sau chiar pentru a obține postul. Sunt câteva căi pentru această problemă – dar depinde foarte mult de circumstanțele individuale și de industria/postul pentru care aplici.

Greșeli de scriere, de editare și gramatică precară

CV-ul tău trebuie să fie verificat cu atenție de astfel de greșeli, înainte de a-l trimite către angajator. Mici erori în CV scad din valoarea unui CV foarte bun și te fac să pari neinteresat sau neîngrijit – nu sunt tocmai calități pe care vrei să i le arăți angajatorului. Cum tu nu o să observi astfel de erori, ar fi mai bine să rogi pe altcineva să verifice CV-ul de greșeli gramaticale și de punctuație.

Sursa: E-jobs

CE ANUME VOR ANGAJATORII?

Persoanele cele mai în măsură în a-ți da sfaturi cu privire la căutarea joburilor sunt chiar cei care oferă joburile respective. Din nefericire, studiile recrutorilor și managerilor HR pe care le găsești sunt, de cele mai multe ori, rare și vechi de câțiva ani.

Având în vedere necesitatea acestor studii pe piață, editorii EJOBS au decis să intervieveze recrutorii și managerii departamentelor de HR ale companiilor care utilizează eJobs. Am aflat pentru voi care sunt preferințele de trimitere a CV-ului, formatul și dimensiunile. Iată rezultatele:

Majoritatea Recrutorilor vor să primească CV-urile prin e-mail

Destul de rar se întâmplă ca 83% dintre persoane să fie de acord asupra unui lucru. Această informație este utilă în special acelor dintre candidații care trimit CV-uri companiilor, fără legătură cu vreo ofertă de job.

Totuși, dacă vreți să vă înscrieți la un anumit job, cea mai bună cale de a trimite CV-ul este, de cele mai multe ori, trecută în descrierea jobului, în anunț, așa că urmați instrucțiunile de acolo.

Recrutorii preferă CV-urile completate în ordine cronologică

Când vine vorba despre formatul CV-urilor, 84% dintre angajatorii pe care i-am interviuat preferă CV-urile completate cu datele cronologice. Aceste CV-uri prezintă experiența profesională de la cel mai recent job până la primul (trebuie completat în ordine invers cronologică) cu datele de început și de sfârșit ale acestora.

O posibilitate de a nu-și dezvălui vârsta pentru candidații care doresc acest lucru este de a împărți secțiunea „Experiență profesională” în două:

- **Experiența Relevantă** – în cadrul căreia sunt listate doar experiența și realizările care au legătură cu jobul pentru care trimit CV-ul;
- **Istoricul locurilor de muncă** – în cadrul căreia sunt listate datele de angajare, titlurile joburilor, numele angajatorilor și adresele.

Această tehnică îți permite să incluzi datele joburilor anterioare în partea a doua a CV-ului.

Angajatorii preferă, de regulă, CV-urile de o singură pagină

Din studiul eJobs a reieșit că 53% dintre angajatori au fost de părere că CV-ul poate avea mai mult de o pagină, 41% au afirmat că CV-ul poate avea mai mult de o pagină doar dacă experiența profesională este mai complexă și doar 6% dintre angajatori au spus că nu este de dorit ca CV-ul să depășească o pagină.

În concluzie, un CV de două pagini, atunci când experiența profesională a candidatului este relevantă, nu poate diminua șansele de a fi chemat la un interviu.

Angajatorii sunt de părere că lungimea CV-ului trebuie să reflecte, în anumite limite, experiența candidatului.

Ce fac angajatorii cu CV-urile nesolicitate?

Un CV nesolicitat se referă la CV-ul trimis fără referință la o anumită ofertă de job.

Majoritatea angajatorilor păstrează și îndosariază CV-urile primite, chiar dacă în perioada respectivă nu recrutează.

38% dintre angajatorii chestionați au afirmat că iau în considerare CV-urile primite, în general, pentru posturile disponibile în cadrul companiei în acel moment. Dacă aceste CV-uri nu se potrivesc joburilor disponibile, de obicei sunt păstrate în baza de date a firmei.

Doar 17% dintre angajatori șterg CV-urile de care nu au nevoie în momentul respectiv.

Mulți experți în domeniul Resurselor Umane sunt de acord că înscrierea on-line poate fi cea mai bună cale de a-ți exprima interesul de a lucra pentru o companie, chiar atunci când nu sunt oferte de muncă disponibile.

Sursa: e-Jobs

19 SFATURI PENTRU CV-URILE ELECTRONICE

1. Folosește un font simplu, standard, ca de exemplu: Courier, Times, Arial, Univers sau Futura. Simplitatea este cheia.
2. Ca dimensiune a fontului, alege un număr între 11 și 14.
3. Păstrează dimensiunea liniilor textului până în 65 de caractere (litere, spații și punctuație).
4. Nu folosi elemente grafice, sublinieri, semne pentru numerotare, îngroșări, înclinări sau umbriri ale caracterelor.
5. Utilizează litere mari pentru titluri.
6. Aliniază textul spre stânga.
7. Poți utiliza suplimentar linii verticale sau orizontale, dar ai grijă, acestea pot distra atenția de la conținutul textului.
8. Renunță la paranteze sau acolade, chiar și pentru numerele de citit.
9. Folosește hârtie albă și font negru.
10. Utilizează o imprimantă laser de calitate.
11. Imprimă pe o singură parte a hârtiei.
12. Nu micșora spațiile dintre caractere. Mai bine utilizează încă o pagină decât să înghesui conținutul și să fie dificil de urmărit.
13. Nu capsă foile unui CV.
14. Utilizează termeni specifici pregătirii tale profesionale. De multe ori, angajatorii aleg CV-urile care conțin termeni tehnici.
15. Poziționează-ți numele pe prima linie a CV-ului. Nu mai adăuga nimic pe acea linie.
16. Trimite prin fax CV-ul, folosind setarea cea mai bună din punct de vedere calitativ, nu cea standard, pentru a fi mai lizibil.
17. Nu îndoi CV-ul – aceasta poate face scanarea dificilă, implicit primirea neclară a CV-ului.
18. Dacă trimiți CV-ul prin e-mail, nu mai face distincția între pagini, deoarece întregul e-mail va fi descărcat în baza lor de date ca o singură pagină.
19. Nu trimite CV-ul ca atașament al unui e-mail, decât dacă este specificat acest lucru în mod clar. Mulți angajatori șterg e-mailurile nesolicitate ce conțin atașamente.

Sursa: e-Jobs

CV DE PRIMA CLASĂ

CV-ul tău are doar câteva secunde să impresioneze sau să sfârșească în coșul de gunoi.

Un CV puternic are nevoie de o fundație solidă. Nici o sumă de trucuri nu poate masca o organizare săracă. Începe cu lucrurile elementare.

INFORMAȚII DE CONTACT

Introduceți datele de contact la începutul CV-ului. Includeți numele întreg, adresa, numărul de telefon și adresa de e-mail. Dacă ai o adresă de web personală, introdu și URL-ul doar dacă acest site îți evidențiază aptitudinile sau se încadrează în obiectivele carierei tale.

OBIECTIVE. Secțiunea obiectivelor dă angajatorului o imagine imediată despre cine ești și ce cauți, fără să-l forțezi să studieze întregul CV. Dacă decizi să incluzi un obiectiv, întărește îmbunătățirile pe care le poți aduce companiei, nu ceea ce vrei să ieși.

EXPERIENȚA

Enumeră-ți experiența în ordine cronologică, începând cu cel mai recent job. Dacă acesta nu reprezintă cea mai impresionantă experiență, aranjează lista în ordinea importanței. Include numele companiei unde ai mai lucrat, adresa, postul ocupat și perioada angajării. Totodată, include o scurtă descriere a realizărilor.

NU UITA ACESTE TRUCURI (TIPS)

Pune în evidență cele mai importante responsabilități, chiar dacă ele n-au fost responsabilitățile tale principale.

Folosește diateza activă. Propozițiile puternice sunt acelea în care un subiect operează o acțiune (diateza activă) față de o acțiune operând asupra unui subiect (diateza pasivă). „Am organizat un anumit lucru” creează o impresie mai puternică decât „Lucrul respectiv a fost plănit de mine”

Impresionează-ți angajatorul cu relații de tip cauză-efect și rezultate tangibile. Califică-ți realizările cu procentaje (procente) și numere precum „creșterea cifrei de afaceri cu 20%” și „am avut în subordine o echipă formată din trei oameni”.

Folosește descrieri pentru a evidenția spiritul tău de inițiativă. Creează-ți o imagine de om activ, folosind verbe puternice de genul „propus”, „lansat” și „descurcat”.

ABILITĂȚI/HOBBY-URI

Angajații din ziua de azi sunt mai inițiați în tehnologie ca niciodată, deci asigură-te că menționezi cunoștințele tale PC și tehnice. Enumută limbaje de programare, softuri și sisteme de operare pe care le-ai folosit, la fel ca și atestatele pe care le ai. Nu uita de limbile străine sau abilitățile oratorice.

Include întotdeauna statutul de membru pe care îl ai în diverse organizații profesionale, pentru că asta denotă seriozitate în privința carierei tale. Menționarea hobbyurilor este opțională. Enumerarea acestora vă poate crea o imagine de persoană deschisă pentru orice activitate, dar poate ridica sprâncene în egală măsură. Deci fii atent la ce spui (poate ar fi mai bine să îți pasiunea pentru wrestling doar pentru tine!).

EDUCAȚIE

Enumeră mai întâi cele mai recente experiențe educaționale și apoi pe cele de muncă. Declară-ți nivelul studiilor, perioada de studii, numele și adresa facultății/liceului. Poți să incluzi și nota de licență/bacalaureat (dacă e suficient de mare).

REFERINȚE

Nu pierdeți timp valoros cu referințe. Angajatorii presupun că le vei procura la cerere.

ALTE DETALII

Fă-ți mai multe variante ale CV-ului, fiecare croit pe tipul de job pentru care aplici. Scrierea mai multor CV-uri poate consuma mult timp, dar e un preț mic pentru a obține jobul pe care-l vrei

Dacă aplici pentru un job specific, află informații despre acea poziție și companie. Fii atent la cerințele jobului și pune în evidență informațiile care reflectă cel mai bine acele nevoi ale companiei

Fii concis! Nu te întinde pe pagină. Fii sigur că fiecare cuvânt are semnificație

Alege caractere ușor de citit, curate și consistente. Nu utiliza fonturi netradiționale sau prea creative

Citește, corectează și recitește CV-ul pentru a te asigura că e bine scris, clar și concis. Refă-l dacă e cazul. Apoi roagă-ți prietenii sau familia să-și spună părerea.

Când completezi un CV on-line, salvează o versiune de text (cu extensia „.txt”) ce arată bine pe orice calculator. Trimite CV-ul ca document atașat și totodată copiază-l și ca e-mail doar pentru a fi sigur. CV-urile online pot cuprinde și o mulțime de cuvinte cheie, de vreme ce acestea pot fi căutate cu motoare de căutare.

Cu o doză de autoevaluare, organizare corespunzătoare și o atență alegere a cuvintelor, CV-ul tău se ridică singur la suprafață pe biroul oricărui angajator

Sursa: e-Jobs

2.2. Scrisoarea de intenție

CUM SĂ-ȚI FACI O SCRISOARE DE INTENȚIE

Reguli generale de construire:

Scrisoarea de intenție e bine să fie tehnoredactată, cu încadrare într-o pagină.

Trebuie să fie concisă, coerentă, formată din maxim 4-5 paragrafe.

Scrisoarea începe cu numele companiei.

Se adresează departamentului resurse umane sau persoanei responsabile de angajări.

Conținut:

numele tău și posibilitatea de contact – să apară vizibil (bold, caractere cu un font mărit);

interesul tău pentru un anumit post/domeniu, care trebuie precizat explicit de la începutul scrisorii, precum și modul în care ai aflat că acest post e disponibil. Nu încerca să fii evaziv, pentru a ținti mai multe posturi simultan;

argumentarea intenției tale de a candida pentru postul respectiv;

motivarea interesului pentru postul/domeniul de activitate vizat (enumeră câteva calități personale și câteva succese profesionale relevante pe domeniul ales). Folosește doar expresii pozitive, în niciun caz negații! Folosește verbe de acțiune (intenționez, pot, vreau etc.), evită redundanța și clișeele!

declară-ți disponibilitatea pentru un interviu;

semnează și datează scrisoarea.

Fii responsabil!

Precizează clar situația sau problema, dând astfel dovadă că înțelegeți nevoile celor aflați de cealaltă parte.

Fii personal!

Pe cât posibil, nu începe scrisoarea cu „Stimată Doamnă/Stimat Domn”, așa cum indică unele modele, și nu folosi sub nicio formă un model fotocopiât pe care să îl completezi cu datele tale.

Fii concis și la obiect!

Într-o scrisoare oficială explică situația în cât mai puține cuvinte. Folosește un limbaj simplu, ca să reduci riscul de a nu fi înțeles. Urmează acești pași:

- fă o listă cu lucrurile pe care dorești să le comunici, indiferent de ordinea acestora;
- utilizează argumente, exemple;
- gândește-te la relevanța fiecărei probleme pe care o expui
- renunță la tot ce nu este relevant;
- rearanjează informațiile într-o ordine logică, firească

Verifică ortografia și gramatica!

Sursa: e-Jobs

10 NU-URI ÎNTR-O SCRISOARE DE INTENȚIE

Scrisoarea de intenție este primul lucru pe care angajatorii îl văd atunci când deschid dosarul tău. Evită cele 10 greșeli curente și fă ca prima impresie despre tine să fie una bună și de lungă durată.

1. NU folosi la nesfârșit pronumele „eu”!

Scrisoarea ta de intenție nu este o autobiografie. Accentul ar trebui să cadă pe felul în care îndeplinești tu nevoile angajatorului, și nu pe povestea vieții tale. Evită pe cât se poate o atmosferă de egocentrism prin folosirea cât mai rară a acestui pronume, mai ales la începutul propozițiilor tale.

2. NU folosi o introducere slabă!

Persoanele aflate în căutarea unui job rămân împotmolite încă de la început, în introducerea unei scrisori de intenție. Rezultatul este de obicei o introducere slabă, neconvingătoare, care nu reușește să atragă atenția cititorului. Uită-te la exemplul acesta

Neconvingător: Vă rog, luați-mă și pe mine în considerare pentru postul de Reprezentant Vânzări.

Călduț: Nevoia firmei dumneavoastră de o performanță absolută în domeniul vânzărilor întâlnește o excelentă completare în experiența mea de 3 ani, aflat pe prima poziție a producătorilor multimilionari.

3. NU uita să menționezi cele mai importante calități ale tale!

O scrisoare de intenție este o scrisoare de vânzare, care te vinde pe tine drept candidat. La fel ca și un CV, ar trebui să fie concisă și să ofere principalele motive pentru care tu ar trebui să fii chemat la interviu. Strategia unei scrisori de intenție de succes include și accentuarea celor mai importante realizări ale tale. De exemplu:

Aptitudini de comunicare: Cinci ani de experiență în comunicarea în public și un fond solid în comunicarea scrisă la nivel executiv.

Experiență PC: Nivel profesionist în toate aplicațiile MS Office și experiență în dezvoltarea website și design.

4. NU scrie prea mult, dar nici prea puțin!

Dacă scrisoarea ta de intenție are doar unul sau două paragrafe, atunci probabil că nu prea are informații care să te vândă în mod efectiv. Dacă depășește o pagină, s-ar putea să îi facă pe cititorii ei să adoarmă. Menține-ți scrisoarea concisă și respectă timpul cititorului.

5. NU copia cuvânt cu cuvânt CV-ul tău!

Scrisoarea ta de intenție nu ar trebui să copieze cuvânt cu cuvânt ceea ce este deja în CV-ul tău. Reformulează propozițiile scrisorii dacă este nevoie, pentru a evita ca citirea CV-ului să fie una plicticoasă. Consideră că, prin scrisoarea de intenție, tu scrii de fapt o povestire scurtă, cum ar fi „Cea mai grea vânzare a mea” sau „Cea mai mare provocare tehnică a mea”.

6. NU fi vag!

Dacă aplici la o deschidere unde se face publicitate unui număr mare de joburi (ex: Târgul de joburi pentru studenți), neapărat nu uita să treci titlul jobului pe scrisoarea ta de intenție. Persoana care îți citește scrisoarea poate că a mai citit alte sute de scrisori pentru zeci de alte joburi. Fii sigur că întregul conținut al scrisorii susține modul în care tu îți propui să îndeplinești nevoile angajatorului.

7. NU uita să individualizezi!

Dacă aplici pentru un număr mai mare de joburi pe o poziție similară, tentația este aceea de a trimite copiile aceleiași scrisori de intenție. E bine, atâta timp cât fiecare dintre ele este individualizată. Nu uita să schimbi numele companiei dacă este cazul, numele jobului și numele persoanei de contact - dacă scrisoarea adresată domnului lordache ajunge la acesta cu numele domnului Pricop, sigur nu va rămâne impresionat.

8. NU încheia scrisoarea într-un mod pasiv!

Pune-ți viitorul în propriile mâini! În loc să ceri să fii sunat, încearcă o propoziție de genul: „Vă voi contacta în câteva zile pentru a răspunde oricăror întrebări preliminare pe care le-ați putea avea. Între timp, mă puteți găsi la 07.....”

9. NU fi nepoliticos!

Scrisoarea ta de intenție ar trebui să mulțumească cititorului pentru timpul și atenția acordate.

10. NU uită să semnezi scrisoarea!

Este ca o etichetă în lumea afacerilor (și scoate în evidență atenția ta față de detalii), semnarea scrisorilor. În orice caz, dacă îți trimiți scrisoarea sau CV-ul prin e-mail, o semnătură nu este neapărat necesară.

Sursa: e-Jobs

PERSONALIZAREA SCRISORILOR DE INTENȚIE

Chiar dacă anunțul la care vrei să aplici este diferit de sectoarele de industrie cu care ești obișnuit, este bine ca întotdeauna să-ți personalizezi scrisoarea de intenție. Scrisorile standard îi arată intervievatorului că nu ești în totalitate interesat de postul respectiv, doar prin simplul fapt de a personaliza scrisoarea de intenție arăți interes și inițiativă.

Scrisoarea de intenție variază în funcție de tipul de job și de modalitatea de a aplica, de exemplu tu aplici la un anunț, redactând o scrisoare către o companie care nu a făcut public anunțul. Oricare ar fi scopul tău, ai grijă cum te vinzi și motivele pe care le menționezi în legătură cu ce poți face pentru compania respectivă.

Un post căruia i s-a făcut publicitate

Fă cercetări legate de compania și de postul pentru care vrei să aplici, astfel încât destinatarul să fie surprins. Ai grijă să îndeplinești toate cerințele postului și precizează-le separat în scrisoarea de intenție.

Atrage atenția asupra calificărilor tale. Adresează scrisoarea de intenție persoanei specificate în anunț.

Un post căruia nu i s-a făcut publicitate

A aplica pentru un post care nu a fost făcut public este cea mai bună metodă de a găsi un loc de muncă. Este puțin probabil ca aplicația ta să fie o supraîncărcare a CV-urilor și scrisorilor de intenție primite și nu va fi așezată într-un vraf mare de hârtii, ci, conform teoriei, va beneficia de mai multă atenție. Companiei îi arăți că ai inițiativă.

În introducerea scrisorii prezintă cunoștințele tale despre companie împreună cu o declarație potrivită legată de contribuția pe care o poți avea.

Dacă este posibil, fă referire la cineva din cadrul companiei sau la un articol din ziar referitor la companie.

În încheiere precizează care sunt acțiunile pe care le vei întreprinde, de exemplu „Vă voi contacta săptămâna viitoare pentru a discuta despre un posibil interviu”.

Cerere pentru experiența de lucru

Experiența de lucru este o metodă bună de a înțelege ce carieră să urmezi. Unele companii încurajează acest lucru și îi dau persoanei respective mai multe atribuții decât să facă o cafea și să copieze documente.

Sunt două metode de a lucra pentru a căpăta experiență, remunerată sau neremunerată. Este mai ușor să găsești loc pentru munca neplătită din motive evidente; dacă este posibil, aplicantul ar trebui să adreseze scrisoarea unei persoane din cadrul companiei.

Pune accent în scrisoare pe cunoștințele/cursurile făcute la facultate/colegiu și de ce sunt ele relevante în sectorul pentru care aplici. Dacă soliciți angajare neplătită, specifică în scrisoare, iar dacă soliciți experiență plătită, nu preciza suma dorită.

Aceste informații se vor a fi doar sugestii, adaptați-le cerințelor de moment. Mult succes!

Sursa: e-Jobs

10 ÎNTREBĂRI ȘI RĂSPUNSURILE LOR ÎN LEGĂTURĂ CU SCRISOAREA DE INTENȚIE

1. Trebuie să scriu scrisoarea de intenție de mână?

Scrisoarea de intenție poate fi scrisă la calculator și printată numai cu cerneală neagră, în cazul în care angajatorul nu a specificat că dorește să fie scrisă de mână. În cazul în care dorește ca scrisoarea să fie scrisă de mână, ar trebui să folosești un stilou de calitate și să fii atent să nu faci greșeli.

2. Cât de lungă ar trebui să fie scrisoarea de intenție?

Nu depăși o pagină format A4. Aranjează textul în așa fel încât să apară centrat în pagină.

3. Cui mă adresez în scrisoare?

Dacă ai numele angajatorului, adresează-te acestuia, dacă nu, încearcă să afli un nume pe pagina de internet a firmei sau telefonând și întrebând cine este șeful departamentului. Dacă nu reușești să afli, atunci adresează-te cu Stimată/Stimat Doamnă/Domn.

4. Când ar trebui să trimit o scrisoare de intenție?

Scrisoarea de intenție trebuie trimisă întotdeauna împreună cu CV-ul.

5. Cum ar trebui să închei scrisoarea de intenție?

O scrisoare de intenție este o scrisoare de afaceri și drept urmare ar trebui să se încheie cu „Cu sinceritate/Al dvs. cu stimă”.

6. Care sunt punctele principale pe care ar trebui să le includ în scrisoarea de intenție?

Primul paragraf – menționează pentru ce post aplici și de ce ești cel mai bun candidat pentru postul respectiv.

Al doilea paragraf – oferă detalii despre cum poți contribui tu în cadrul companiei și care sunt calitățile tale care te fac potrivit pentru postul respectiv.

Al treilea paragraf – scrie despre ținuturile tale, legându-le de domeniul companiei și de postul pentru care aplici. Solicită un interviu cititorului atunci când dorește și comunică faptul că vei păstra legătura.

Concentrează aceste informații în maxim patru paragrafe, incluzând o adresă de contact și semnătura.

7. Pot trimite aceeași scrisoare de intenție tuturor anunțurilor?

Este preferabil să-ți direcționezi fiecare scrisoare în funcție de anunțul pentru care aplici. Este foarte ușor pentru un angajator să respingă scrisorile tip.

8. Ce trebuie să fac după ce am trimis o scrisoare de intenție?

Ține minte când ai trimis scrisoarea și revino cu un telefon după aproximativ o săptămână. În timpul în care aștepți răspunsul de la o companie, continuă să aplici și la alte anunțuri.

9. Să folosesc fonturi diferite și ce tip de hârtie să folosesc?

Aceasta este o scrisoare formală, deci nu folosi fonturi stilate, rămâi la Times, Times New Roman sau Arial. Trebuie să fie cerneală neagră pe coală albă. Pritează scrisoarea pe același tip de coală ca și la CV.

10. Ce tip de exprimare să folosesc?

Folosește ceva simplu, evită clișeele și frazele prea comune. Încearcă să nu folosești prea multe formulări de genul „pot”, „am”, „sunt” la începutul propozițiilor. Limbajul trebuie să fie ferm și ușor de înțeles, folosește multe verbe de acțiune și evită abrevierile și jargoanele.

Sursa: e-Jobs

SCRISOAREA DE RECOMANDARE

Scrisorile de recomandare diferă în funcție de menirea lor – spre exemplu de scop – și de persoana care le trimite – de exemplu departamentul de resurse umane, manager direct, colegi (în mai puține cazuri).

Astfel de scrisori pot fi solicitate pentru o varietate de motive, inclusiv un nou post, o aplicație pentru o specializare sau pentru apartenența la o asociație profesională.

- O scrisoare de recomandare conține de obicei următoarele:
- Numele complet al angajatului
- Numele companiei
- Titlul postului pe care îl deține
- De cât timp lucrează pentru companie
- Alte posturi deținute în companie și perioada în care au fost ocupate
- Responsabilitățile angajatului
- Punctele tari ale angajatului
- Câteva dintre realizările angajatului

Există și multe alte aspecte care pot fi incluse.

În unele cazuri, ca dovadă de angajare, poate fi solicitată o simplă scrisoare cu referințe. O scrisoare cu referințe pur și simplu menționează fapte și date, fără să pomenească nimic despre punctele tari ale angajatului sau despre realizările sale.

Mostră de scrisoare de recomandare:

Dragă (Nume),

(Numele complet al angajatului) a fost angajatul companiei (Numele Companiei) din noiembrie 1999 când a fost angajat/ă în postul de (Poziție/Titlul postului 1). În decembrie 2000 a fost promovat/ă în postul de (Poziție/Titlul postului 2) care reprezintă slujba sa actuală.

Responsabilitățile sale ca (Poziție/Titlul postului 1) includeau (Responsabilitatea 1), (Responsabilitatea 2) și (Responsabilitatea 3).

După ce a preluat postul de (*Poziție/Titlul postului 2*), responsabilitățile sale de lucru s-au modificat pentru a include și (*Responsabilitatea 4*), (*Responsabilitatea 5*) și (*Responsabilitatea 6*).

El/ Ea este un/o angajat/ă foarte devotat/ă. Punctele sale tari sunt evidente mai ales în abilitatea sa de învățare, spiritul de echipă, calitățile de lider și respectarea termenelor limită.

Printre realizările sale se numără: (*Realizarea 1*), (*Realizarea 2*) și (*Realizarea 3*).

(*Numele angajatului*) este un (*Poziție/Titlul postului*) capabil și vi-l recomandăm cu încredere pentru o astfel de poziție.

Cu respect,

(*Nume*)

(*Poziție*)

Sursa: e-Jobs

CUM BAȚI CEL MAI BINE TOBA CÂND ÎȚI CAUȚI UN LOC DE MUNCĂ

1. Relațiile cu oamenii apropiați

Ok, te afli în căutarea unui job și cred că și tu ești de acord că este important să știi cât mai multe direcții și piste pentru a-ți mări cât mai mult șansele de angajare.

Haide să le luăm pe rând. În primul rând este important să faci cunoscut cât mai multor prieteni și cunoștințe că ești în căutarea unui job. Prietenii sunt primii care vor reacționa de cele mai multe ori prompt la problema ta. Pentru că te cunosc, vor fi empatici și cei mai mulți vor încerca să te susțină. Legat de cunoștințe, cel mai potrivit ar fi să te vezi personal cu cât mai mulți. Poți fi chiar tu cel care organizează o ieșire cu prietenii, foști colegi de liceu sau de facultate, foști colegi de muncă etc. Este un bun prilej să afli ce face fiecare și cum au evoluat pe plan profesional și dacă unul dintre ei știe sau poate intermedia o potențială angajare pentru tine. Mie mi s-a întâmplat să aflu de jobul la care lucrez în prezent de la o fostă colegă de facultate, pe care am reîntâlnit-o în urma unei ieșiri cu colegii de studenție.

Oamenii reacționează diferit. Unii sunt pasivi și se mulțumesc cu o ridicare de umeri, alții vin cu soluții concrete, alții sunt în pană de idei, pentru că nu au trecut printr-o experiență similară și nu o pot înțelege. Tocmai pentru că există diversitatea asta de situații, nu te sfii să pui întrebări sau să rogi, acolo unde este cazul, să-ți fie trimisă aplicația direct la departamentul de HR, sub forma unei aplicații spontane. Până la urmă, nu ai de unde să știi de unde sare iepurele. Poate fi o idee bună să menționezi în scrisoarea de intenție că te afli în căutarea unui job și că ești de părere că cea mai bună metodă este să fii proactiv, tocmai din acest motiv vrei să abordezi lucrurile în felul acesta.

Tu te folosești de toate cunoștințele pe care le ai pentru a-ți găsi jobul dorit? Dacă nu, ce te oprește?

2. Net-ul și rețelele sociale

Te poți folosi de internet ca să trimiți cât mai multor oameni din lista ta de e-mail o cerere de ajutor. Prezintă-le succint situația în care te afli, jobul pe care îl cauți sau, dacă nu știi sigur ce poziție cauți, poți specifica în linii generale domeniile în care ai vrea să lucrezi și nivelul de experiență pe care l-ai atins în fiecare dintre ele. Roagă-i să te aibă în vedere în situația în care se fac angajări la firma la care lucrează sau în cazul în care vor afla de un job care îți poate fi cât de cât potrivit. Recomand să atașezi un CV la e-mailul pe care îl trimiți. De ce nu, poți pune un titlu mare și lat la statusul de pe aplicațiile de chat, important este să îți faci cunoscută situația.

De ce este important acest aspect – „să bați toba” că tu ești în căutare de job? Pentru că, în primul rând, este la îndemână și nu te costă timp sau implicare, apoi pentru că sunt mulți angajatori care încă fac angajarea prin campanii informale de recrutare, neapelând la un departament de HR (sunt situații, și am întâlnit câteva, în care nu există departament de HR). În cazul acestor firme, angajarea se face pe bază de recomandare din interior și se pare că de multe ori această metodă a fost suficient de bună ca să nu fie nevoie de schimbarea ei prin campanii de HR. Este cazul meu și mai știu câteva care susțin ideea.

De ce nu, poți face cunoscut faptul că îți cauți un job în cadrul tuturor rețelelor sociale în care activezi. Dacă ești activ pe Facebook și ai reușit „să strângi” o listă de oameni/prieteni/cunoștințe, fă cunoscut că îți cauți un job și cere recomandarea unui potențial job. O idee ar fi să faci o cauză de găsire de job printre cunoscuți, prin care să le ceri ajutorul.

Simți că te oprește ceva în afișarea publică a status-ului „caut job”? Îți recomand să începi cu pași mici, dar relevanți, pentru că te ajută să conștientizezi că a cere ajutorul nu este un lucru de care să-ți fie rușine.

3. Rețele profesionale

Un amic de-al meu a folosit o metodă interesantă pentru a-și găsi un job. În primul rând a avut o atitudine proactivă și asta l-a diferențiat mult de restul candidaților. A abordat persoane de la diferite firme către care își trimitea aplicația prin intermediul rețelelor profesionale, de exemplu linkedin. Cum funcționează astfel de rețele? După cum este de așteptat, trebuie să completezi un profil profesional, urmând șablonul unui CV. Fiind o rețea profesională, poți să îți adaugi contacte în lista ta de prieteni,

atâta timp cât există un element comun în cadrul profilului, dezvoltându-ți în acest fel propria rețea profesională. De exemplu, persoana pe care vrei să o adaugi în listă a absolvit aceeași facultate ca și tine sau ați aderat amândoi la un grup profesional comun de pe linkedin sau ați fost/sunteți colegi la un fost/actual loc de muncă etc. Pentru a adăuga în listă persoanele cu care nu ai niciun element comun, trebuie să apelezi la o altă persoană care are deja o legătură stabilită și te poate recomanda și tot așa. Ideea este simplă: cu cât ai mai multe contacte în lista de pe linkedin, cu atât ai acces mai repede la persoane cu care vrei să intri în contact. Și, ați ghicit, de cele mai multe ori persoanele care reprezintă un interes real pentru tine, acela de a-ți găsi un loc de muncă, sunt cele de la departamentul de HR sau team-leaderi sau project manageri, persoane cu funcții de conducere. Aceste rețele sociale, cum este de exemplu linkedin, ușurează foarte mult munca celor de la HR și de ce nu ne-ar ușura-o și nouă, cei care căutăm un loc de muncă. Amicul despre care vă spuneam a procedat în felul următor: după ce a intrat în contact cu o anumită persoană vizată, îi trimitea un mesaj care includea o mică prezentare succintă a profilului și a locului de muncă căutat, propunându-le totodată o întâlnire pentru a se cunoaște și a vedea dacă pot există interese comune în eventualitatea unei colaborări.

Care ar fi avantajul unei astfel de abordări? În primul rând pleci de la o premisă comună: atât tu cât și persoana către care te adresezi folosești aceeași rețea profesională. Apoi, ești transparent prin prisma relațiilor și profilului pe care l-ai creat. În cazul cel mai bun, sunt persoane care îți recomandă munca în cadrul rețelei din care faci parte și acest lucru nu are decât să fie o mare bilă albă pentru tine. Cu atât mai bine dacă te-ai înscris în anumite grupuri profesionale, conexe cu tipul de activitate pe care îl desfășori.

Lucrurile sunt abordate un pic altfel, nu ești un simplu candidat, ci o persoană care vine cu o propunere de întâlnire, iar acest lucru poate face o diferență consistentă. Exemplul amicului de care vă spun a fost foarte bine întâmpinat de către oamenii de HR și mulți l-au felicitat și l-au întrebat cum de s-a gândit să abordeze lucrurile altfel, altfel față de, evident, restul candidaților, care abordau doar atitudinea „am aplicat”/„aștept să fiu sunat”.

Ce faci dacă nu știi numele persoanei de la Resurse Umane? Foarte simplu, îl cauți! De cele mai multe ori, persoanele de la HR au conturi pe site-urile de tipul linkedin, acestea fiind o bună modalitate de a recruta. Așa că încearcă să incluzi în căutarea unei persoane filtre precum țara, numele firmei și departamentul de HR.

Tu folosești rețele profesionale? Dacă nu, ce te împiedică? Un nou profil de completat? Dacă da, contrapune în balanță avantajele prezentate mai sus.

4. Întâlniri ocazionale

Îți recomand, dacă poți, să te duci la cât mai multe întâlniri la care știi că participă oameni din diverse medii profesionale. De exemplu, am reușit să merg pe bază de invitație la Evenimentul Coaching/Training 2010. Mă gândeam sincer cum voi reuși să interacționez cu oameni pe care îi credeam mai sofisticăți și care îmi vor pune de la primul salut o carte de vizită în mână (cu atât mai mult cu cât eu nu aveam una). Cred că răspunsul constă în a fi cât se poate de simplu, de natural și să fii deschis. Dacă nu ai o carte de vizită, spune asta. Poți argumenta că în prezent ești în căutarea unui loc de muncă (dacă este cazul) și că ai avut plăcerea cu această ocazie să nu mai iei cu tine niște cărți de vizită plicticoase de la fostul loc de muncă, dar că vei răspunde la adresa de e-mail din cartea de vizită pentru a face, în acest fel, schimb de contacte.

Vă dau un mic exemplu pe care l-am trăit eu. La una dintre întâlniri acestea, fiind în toaletă, m-am oferit să ajut o doamnă care nu-și mai putea scoate clama din păr. A fost un moment bun să intru în discuție și să dau curs „întâlnirii”. În câteva minute am aflat că și persoana respectivă își căuta un job și că lucrase ani buni într-o multinațională, într-o poziție de conducere. Am avut o interesantă discuție (evident, nu în toaletă) despre situația pieței de recrutare, despre șanse și oportunități și am primit câteva idei faine. Am trimis e-mail și mi s-a răspuns.

În altă situație nu am făcut decât să urmăresc cum procedează alte persoane când doresc să se introducă singure unei alteia pe care vor să o cunoască din diverse motive. Am observat că imediat ce se prezintă se face schimbul acesta de cărți de vizită și apoi are loc o discuție mai lungă sau mai scurtă, dar că sunt și persoane mai „tinere” sau mai „neexperimentate” care nu au foarte multe de spus, dar au în schimb curajul să meargă și să ceară o carte de vizită și să aducă o apreciere odată cu ea sau o formulă prin care să sugereze că nu își doresc acea carte de vizită pentru colecția de acasă, ci pentru că îi văd utilitatea și apreciază persoana în cauză.

Altă dată am participat la un eveniment de două zile organizat cu ocazia lansării unei școli vocaționale. Una dintre prezentări a fost susținută de o persoană care lucra ca și recrutor de mai bine de 5 ani pe piața din România. Nu am avut cum să cer o carte de vizită, dar am luat legătura cu organizatorii și am obținut în felul acesta o adresă de contact. Am scris și mi s-a răspuns și chiar într-un mod concret (era vorba de o posibilă angajare pentru în job în Praga).

Ce ai zice dacă de acum încolo ai fi mai atent la oamenii și situațiile de viață cu care te întâlnești? S-ar putea foarte bine ca persoana din fața ta să fie viitorul tău șef!

Scris de Alina Buzatu

APLICAȚII SPONTANE

Cum ți se pare ideea asta de a aplica spontan, fără să existe în prealabil un anunț de recrutare? Crezi că este o pierdere de timp? Dacă da, cum te-ai simți să fii chemat la interviu?

Am trimis la un moment dat o aplicație către o firmă de recrutare cu subiectul „Aplicație spontană pentru poziția X”. Eram perfect conștient că nu am nimic de pierdut, așa că am scris în câteva rânduri din cadrul e-mailului care sunt domeniile de interes și am atașat un CV și o scrisoare de intenție generică. Rezultatul? M-au sunat și am mers chiar și la interviu!

Concluzia? Nimeni nu îți garantează că vei lua un anume job pe care ți-l dorești, dar deocamdată te afli în situația în care testezi diferite piste pentru decolare. S-ar putea să dai peste un câmp arid sau peste un JFK, asta o vei afla cel mai devreme doar după un prim interviu. Mi s-a întâmplat la un moment să dau curs unui interviu, față de care inițial nu aveam nicio tragere de inimă. Totuși, m-am hotărât să merg. Mă așteptam să găsesc o firmă de apartament cu doar câțiva angajați. Surpriza a fost însă de proporții. Sediul firmei era într-o clădire superbă, de genul aceluia care găzduiesc ambasade, persoana de la HR a fost una dintre cele mai deschise persoane cu care am purtat un interviu, iar durata medie de colaborare dintre angajați și firmă era de minim 7 ani de zile. Interesant, nu?

Cum găsești drumul într-un domeniu necunoscut, în care vrei să aplici? Cum apuci taurul de coarne?

În primul rând, evident, te adresezi firmelor din domeniu. Încearcă să faci un pic de cercetare pe net și să vezi care sunt jucătorii de pe piață. Fă rost de un contact și trimite-le în mod spontan aplicația ta.

În perioada în care îmi doream să găsesc un job ca și trainer, țin minte că am găsit pe net o statistică cu primele zece firme mari de training din țară și am trimis către fiecare aplicația mea. Din zece firme, de la două am primit răspuns, unul dintre ele foarte fain și plin de încurajări.

Mai poți lua de asemenea în calcul clienții companiei la care aplici și, atunci când este cazul, chiar și furnizorii. Încearcă să ai ochii cât mai deschiși și să înțelegi întreg procesul de business, precum și părțile implicate. Poți găsi secțiunea „Clienți” de cele mai multe ori pe site-ul de prezentare al companiei sau la secțiuni de tipul „Testimoniale”, unde

este redat feedbackul clienților la adresa serviciilor și produselor oferite de respectiva companie. Ideea de bază este să ai o atitudine proactivă și să-ți dai ocazia de a face un „brainstorming” asumat pentru a identifica cât mai multe metode alternative de a găsi jobul pe care îl cauți și, mai ales, să te poți diferenția de majoritatea celor care aplică în mod convențional folosind site-urile de recrutare.

Este important să dau curs oricărui interviu?

Eu cred că da! Indiferent de review-urile de pe site-uri cum ar fi „despre firme.ro” sau de recomandările venite de la prieteni și cunoștințe, dacă timpul nu te obligă să fii selectiv și ești într-un proces de căutare de job, du-te la cât mai multe interviuri.

Nu numai că vei câștiga o experiență benefică, în sensul că vei fi pus în fața unor situații noi, dar va trebui să răspunzi la întrebări la care poate nu te-ai gândit, vei avea de-a face cu diferiți oameni, poate chiar vei exersa vorbitul unei limbi străine. Foarte important, dacă ești o persoană emotivă, vei reuși să-ți stăpânești mai bine emoțiile mergând la interviuri. La un moment dat, fusesem la așa de multe interviuri, încât, întrebata fiind în discuția de început din cadrul unui interviu dacă am emoții, nu am putut să-mi stăpânesc un zâmbet. Normal că nu mai aveam emoții, mersesem și la trei interviuri pe zi, ceea ce mă făcea să mă simt foarte confortabil cu procesul de recrutare, cu discuțiile cu angajatorul, chiar și cu întrebările incomode.

De asemenea, poți afla lucruri interesante despre firmele de pe piață, vei vedea modul în care abordează lucrurile, „ce se cere”, ce anume ar fi bine să știi, ce răspunsuri este indicat să dai la anumite întrebări mai incomode.

De exemplu, dacă ai fost concediat, poate cel mai bun răspuns este să argumentezi că ți-ai pierdut locul de muncă în urma unor reduceri masive de costuri și disponibilizări de personal sau că s-a încheiat proiectul pe care lucați și, odată cu acesta, și atribuțiile tale sau - de ce nu? - că a fost o colaborare pe o perioadă determinată. Dacă „nu ai un răspuns” pregătit pentru a justifica faptul că nu mai ești în câmpul muncii de ceva timp, poți testa la interviuri reacția oamenilor față de un răspuns sincer.

Nu uita, totuși, că ești la un interviu ca să te vinzi și, indiferent de cât de amabil este omul din fața ta, nu confunda lucrurile și nu te aștepta să fii înțeles pe deplin.

Nu ai fost la interviuri cărora inițial nu ai vrut să le dai o șansă, ca apoi, mergând, să fii surprins în mod plăcut?

Când știi că trebuie să mai aștepți pentru a primi oferta de job dorită sau, din contră, să dai curs unei oferte sigure și concrete de job?

Nu prea știi. După părerea mea, poți acționa la nivel de analiză la fel de bine ca și la nivel de predicție, de estimare sau de intuiție. Am fost pusă în situația în care am primit ofertă financiară (atenție, trimisă pe e-mail!) de la o binecunoscută companie multinațională, am acceptat-o (atenție, telefonic!) și mi s-a spus că „este o chestiune” de două săptămâni, cel mult o lună de zile, până când se vor face aprobările procedurale pe scara ierarhică din SUA și se va semna contractul de muncă. Mai erau alte două oferte la care trebuia să dau un răspuns.

Am analizat situația și am cerut și păreri în stânga și în dreapta. Se contura o idee unanimă, că nu au „cum să dea țeapă”, sunt prea mari, prea cunoscuți și prea corporatiști. Am spus pas celor două oferte alternative de job și am făcut pauză de la aplicat o perioadă de timp, așteptând promisa aprobare pe scara ierarhică. La un moment dat, am decis să reiau procesul de căutare de job, pentru că trecuseră deja mult mai mult de două săptămâni.

Nu am dat cu piciorul unor joburi de vis, dar trebuie să recunosc că, pe baza unei presupuse viitoare angajări, am spus pas câtorva dintre ele. Mai mult decât atât, am încetat să mai aplic și lucrul acesta cu siguranță nu a fost unul inspirat. Acum sunt angajată la una dintre firmele pe care nu le-am luat în calcul în perioada în care credeam că, atunci când ți se trimite o ofertă financiară și o accepți, există „șanse” minime ca bugetul pentru poziția respectivă să nu fie deja aprobat, chiar și în cazul unei companii mari, cu renume. Știu acum că acest lucru este posibil și mi-am învățat lecția.

A da cioara din mână pentru pasărea de pe gard poate fi în anumite situații destul de nesăbuit și costisitor. Ce am învățat din alegerea făcută este să iau în calcul și să cântăresc cât se poate de bine ofertele **concrete** și să nu mă bazez pe etichete mentale de genul „așa ceva nu se poate întâmpla” sau „nu s-a întâmplat până acum, nu mi se va întâmpla mie”.

Tu ai trecut printr-o situație similară cu cea descrisă de mine? Cum a fost experiența ta?

Scris de Alina Buzatu

RECRUTAREA PE INTERNET

Apariția internetului a influențat într-un mod pozitiv procesul de recrutare din țara noastră. Din ce în ce mai mulți oameni aplică online și renunță să apeleze la anunțurile de angajare publicate în ziare.

Care sunt totuși motivele pentru care oamenii preferă acest tip de conexiune cu angajatorul și, implicit, această modalitate de recrutare?

În primul rând, costurile sunt mult mai scăzute în raport cu alte metode de selecție a viitorilor angajați. Majoritatea site-urilor de acest gen oferă anunțuri de angajare gratuite și, în plus, numărul ridicat de utilizatori de internet din România a devenit un motiv suficient de puternic pentru ca marile companii să apeleze la astfel de abordări în domeniul selectării resurselor umane.

Rapiditatea este un alt criteriu, deoarece candidații pot fi contactați pentru stabilirea unui interviu chiar în aceeași zi în care aplică. Aceștia au posibilitatea să-și creeze un CV virtual și să-l modifice ori de câte ori este necesar.

CV-ul – cheia către succes

Să fie oare CV-ul cheia către succesul în carieră? Bineînțeles, dacă știi să accentuezi etapele cu adevărat importante din evoluția ta profesională.

O să încerc să evidențiez în primul rând greșelile frecvent întâlnite în CV-uri pentru a putea învăța cum nu se procedează când ne scriem CV-ul.

Fotografia

Orice recrutor care deschide un CV se uită, fără intenție, mai întâi de toate la ce fotografie ai folosit pentru a te prezenta. Caută o fotografie care te reprezintă cel mai bine pentru o nouă slujbă. În niciun caz nu alege o fotografie de grup sau dintr-o vacanță la munte cu prietenii.

Uneori o fotografie face cât o mie de cuvinte. Te uiți la acea persoană și știi dacă vei parcurge în totalitate CV-ul sau dacă te vei opri. Poate sună a discriminare, dar aceasta este realitatea. CV-ul este o carte de vizită. Alege o fotografie în care ești doar tu și ai o ținută decentă. În spatele tău să nu se vadă alte persoane și, mai important, este recomandat să fie cât mai recentă. Nu ajută pe nimeni dacă atașezi o fotografie din tinerețe dacă tu acum ești la pensie.

În eventualitatea în care nu ai o astfel de fotografie (tip buletin) este un semnal de alarmă că ar trebui să faci cât mai curând o schimbare în CV.

Obiectivul

„Să avansez în carieră” - acesta este cel mai vag și mai pueril obiectiv pe care l-am citit vreodată. Doar atât? În carieră, dar și în viață este extrem de important să știm să ne conturăm obiectivele. Să știm exact ce vrem și să facem tot posibilul să ajungem „acolo”. „Să devin șef” nu este nici acesta un obiectiv clar, la fel „să am mai mulți bani”. Toți vrem bani, dar cum ajungem să-i câștigăm este adevărata enigmă pe care ar trebui să o elucidăm. Nu toți suntem făcuți să fim antreprenori. Unii dintre noi se potrivesc tipului de angajat și nu este nicio rușine atâta timp cât știm că acel statut ne aduce fericirea. Meditează și află ce vrei de la viață. Ia o foaie de hârtie și notează. Ce trebuie să faci pentru a ajunge în acel loc? Care sunt pașii pe care trebuie să-i urmezi? Care sunt obstacolele care te pot împiedica? Când știi exact că obiectivele tale sunt reale, încearcă să o iei treptat. Nu ai cum să ajungi într-o funcție de conducere peste noapte, mai ales dacă ești în căutarea unui loc de muncă. Analizează-te și formulează un obiectiv real și relevant pentru cariera ta. Toți suntem la fel, nu există oameni deștepți și oameni proști, există doar persoane care au știut să investească cu adevărat în propria educație sau persoane care au preferat să fie conduse de val.

Beneficii dorite

Această secțiune poate fi una critică dacă nu știi exact de ce anume ai cu adevărat nevoie. Dacă aș scrie într-un CV că vreau „mașină, laptop și casă de serviciu” cred că orice recrutor ar renunța să citească mai departe detaliile din acesta. Când știm care este poziția noastră actuală, știm și care sunt pretențiile pe care să le solicităm. Aceste beneficii pot fi discutate cel mai bine într-un mod adecvat în timpul interviului. Nu te arunca cu capul înainte pentru că s-ar putea să te lovești fără să fie nevoie.

Experiență, responsabilități

Experiența este uneori cuvântul cel mai „dureros”. Fie ești prea tânăr și nu ai experiență, fie ești în vârstă și ai prea multă experiență pentru respectivul loc de muncă. Îl pot da ca exemplu pe tatăl meu care lucrează de peste 40 de ani în același loc. Din păcate sau din fericire, depinde cum privim lucrurile, această experiență îndelungată nu se mai aplică și în cazul generației noastre. Există o nouă mentalitate care ne determină să ne schimbăm locurile de muncă mult mai des decât o făceau părinții noștri acum 25 de ani. Tocmai de aceea avem nevoie de acest tip de pregătire. Niciodată nu se știe când suntem nevoiți să ne schimbăm cariera, mâine putem să avem un job „stabil” și poimâine să fim puși în situația unei persoane care este în căutare de noi perspective profesionale.

Revenind la redactarea propriu-zisă, când îți scrii experiența începe cu ultimul loc de muncă pe care l-ai avut și termină cu primul, acesta fiind modul în care se vizualizează la final CV-ul. Este primordial să observi structura de completare a site-ului pentru a evita ca în final experiența să fie greșit afișată. Notează tot ce este important la un fost loc de muncă precum și persoanele care ar putea să te recomande în cazul în care ți se vor solicita referințe de acest gen. Existența unor astfel de persoane este o dovadă că lucrurile au decurs bine și foștii angajatori te pot recomanda fără niciun fel de probleme ulterioare.

Uneori o secretară are mult mai multe responsabilități decât o cere fișa de post, la fel este cu orice alt fel de loc de muncă. Evidențiază responsabilitățile și arată că ai avut un rol important în acea companie. Dacă ai ajutat într-un fel sau altul la stimularea afacerii, menționează exact modul în care ai procedat.

Nu intra în detalii confidențiale, nu-ți critica foștii șefi și nu scrie mai mult decât este cazul. Un CV de 10 pagini care nu spune nimic nu o să te ajute într-un mod pozitiv.

Studii, cursuri

Când vine vorba de studii îți recomand ca liceul să fie un început. Recrutorii nu apreciază în mod aparte o diplomă obținută la olimpiada de geografie din clasa a VI-a (poate doar dacă în prezent ești ghid turistic). Ceea ce vreau de fapt să spun este să te concentrezi pe studiile cele mai importante și pe cursurile care te pot ajuta să faci un pas înainte în carieră.

Te sfătuiesc să cauți pe internet cursuri care se derulează cu sprijinul fondurilor europene. Cu ajutorul acestora îți poți îmbunătăți cunoștințele și nici nu vei fi nevoit să plătești taxă pentru participare.

Limbi străine

„Avansat” - ce înseamnă acest cuvânt pentru tine? Ai o diplomă care să ateste acest nivel sau chiar știi atât de bine limba respectivă?

Vremurile s-au schimbat și majoritatea locurilor de muncă solicită cunoașterea unei limbi de circulație internațională. Dacă în CV scrii că știi „engleză avansată”, dar la interviu arăți contrariul, în final ai mai mult de pierdut decât de câștigat. Fii sincer cu tine, respectă-ți cunoștințele și vei fi și tu la rândul tău respectat.

Cunoștințe PC

Una dintre cunoștințele PC destul de frecvent întâlnite este „navigarea pe internet”. Adică vrei să spui că știi să intri pe un site de știri sau pe unul de socializare? Recrutorii au nevoie de cunoștințe concrete, mai ales dacă vorbim de un loc de muncă în domeniul IT. Când știi că nu ai cunoștințe, mai bine să nu scrii nimic și să treci la următoarea etapă.

Alte aptitudini, cunoștințe relevante pentru CV

La acest pas, ideea care ar trebui să guverneze în creierul tău este „relevant pentru CV-ul meu”. Dacă îți place să mergi cu prietenii la film sau să faci mișcare nu știi în ce mod ar fi această activitate relevantă pentru CV-ul tău. Ca exemplu de aptitudini pe care le poți nota așa menționa: spiritul de lucru în echipă sau adaptabilitatea în diferite medii. De asemenea, ar fi indicat să menționezi și modul cum ai dobândit aceste aptitudini. Doar două cuvinte scrise doar de dragul unui CV completat mai frumos nu te vor ajuta.

Mini-interviul

Să fie mini-interviul momentul culminant al redactării CV-ului?

„Unde te vezi peste 5 ani?” Știu că ai zâmbit amar, pentru că majoritatea urâm această întrebare care la prima vedere pare inutilă și lipsită de sens. Totuși, de fiecare dată ne eschivăm și nu știm ce să răspundem. Această întrebare arată de fapt dacă tu ai sau nu obiective care țin de carieră. Dacă deții controlul și știi cât de cât care o să fie drumul tău spre succesul profesional. Răspunsul „peste 5 ani voi fi la plajă” va stârni râsul recruturului, dar nimic mai mult. Pregătește un răspuns în care să crezi cu adevărat și vei vedea că vei fi apreciat pentru siguranța de care vei da dovadă.

„Detaliați personalitatea dumneavoastră”. La această etapă a mini-interviului poți să scrii care sunt pasiunile, calitățile tale. Cu toate că de obicei este ultima întrebare, pentru mulți recrutori este extrem de importantă pentru că astfel își fac o părere și despre tine ca om. Când vei fi angajat, vei petrece la muncă la fel de mult timp cât petreci alături de cei dragi, astfel munca va fi un fel de a doua familie pentru tine și este vital pentru angajator să știe ce fel de persoană este posibilul viitor membru al „familiei”.

La finalul editării prindează o variantă a CV-ului și citește-o de câteva ori. Vei fi surprins când vei vedea câte greșeli de ortografie vei găsi, greșeli pe care le-ai făcut fără intenție, dar care îți pot afecta imaginea.

Fii atent ca totul să fie organizat astfel încât textele să nu pară înghesuite sau greu de parcurs.

Aționează cu încredere și aplică doar pentru jobul pe care tu îl consideri potrivit. Internetul s-a dezvoltat și au apărut aplicații dezvoltate special pentru locurile de muncă. Un astfel de exemplu este dat de motorul de căutare folderjobs.ro. Funcționează exact pe principiul Google, doar că este axat strict pe locuri de muncă. Un simplu click și ajungi la anunțul care te interesează. Nu rezolvi nimic dacă abordezi forma de comunicare de genul spam și aplici la o mie de joburi care nu au legătură cu experiența ta, în speranța că cineva te va contacta. Este doar o pierdere de vreme, atât pentru tine, cât și pentru cel care citește CV-urile. Oricât de grea ar fi criza, dacă ai încredere și vrei, în mod sigur vei găsi ceea ce ți se potrivește.

Fă un job din căutarea unui job!

Cum ne îmbrăcăm la interviu?

În orice vei face în viață trebuie să știi că nu vei beneficia niciodată de o a doua șansă pentru o primă impresie.

Înainte de a merge la interviu, pune-te pentru câteva minute în locul angajatorului. Așadar, stai în birou și aștepti pe cineva la interviu. Când își face apariția, nu-ți vine să crezi ceea ce vezi: un bărbat cu o șapcă verde, într-o pereche de blugi largi și cu diferite accesorii sau o femeie îmbrăcată sumar și machiată mult prea accentuat pentru evenimentul respectiv. Care este prima ta părere despre o astfel de persoană?

În general, un anunț de angajare ascunde multe detalii referitor la felul cum să te îmbraci. Dacă în descrierea locului de muncă apare cuvântul „respectabil/prezentabil” este clar că nu poți să te prezinți oricum dorești la interviu. Fiecare dintre noi avem un costum sau o cămașă pe care să o purtăm la un interviu. Apoi, dacă ești angajat și nu ești obligat să ai un anumit cod vestimentar, poți să te îmbraci după gustul tău. Evită parfumurile puternice și accesorii prea exagerate. Un interviu este momentul în care ieși în evidență prin calitate, și nu prin haine extravagante.

Să nu fim totuși prea duri și să luăm în considerare și pentru ce post s-a prezentat respectivul la interviu. Dacă acesta urmează să aibă contact cu persoane din afara companiei, este recomandat să aibă o vestimentație decentă. Pe de altă parte, dacă va lucra doar în fața computerului, se poate trece cu vederea acest gen de vestimentație.

Dacă ai dubii, îmbracă-te la costum, pentru că uneori este indicat să fii prea formal decât prea obișnuit.

Luptă eficient cu stresul din timpul interviului

Stresul este cel care poate să-ți strice imaginea din timpul interviului. Mâinile îți tremură și gândurile parcă nu ți le mai recunoști. Gesturile sunt necontrolate și cuvintele pe care le rostiești nu le identificești cu persoana ta. Învinge-ți emoțiile și nu mai asocia stresul cu interviul.

Exersează și iar exersează. Gândește-te la eventualele întrebări pe care ți le poate pune angajatorul și pregătește câteva răspunsuri. Citește cât mai multe informații despre compania respectivă și dovedește că ești interesat de domeniul de activitate al companiei. Așază-te în fața oglinzii și privește-te când vorbești. Păstrează o poziție decentă și ascultă-te cu atenție.

Dacă ai posibilitatea, înregistrează-te. Vei fi stupefiat când te vei asculta, dar vei avea posibilitatea să-ți îmbunătățești dicția și limbajul nonverbal înainte de întâlnirea cu recrutorul. Corpul tău „vorbește” pentru tine în timpul interviului. Zâmbește, nu pune întrebări nepotrivite și încearcă să te împrietenești într-un mod natural cu cealaltă persoană. În niciun caz să nu pui întrebări referitor la remunerație, pentru că nu vei face o impresie bună.

Fă tot posibilul să ajungi cu cel puțin 10 minute înainte de a începe interviul. O simplă întârziere se transformă de cele mai multe ori în sursă de stres și, în plus, să recunoaștem faptul că o persoană punctuală este apreciată din primul moment.

Dacă ești stresat, mai mult ai de pierdut decât de câștigat. Încerci să spui ce trebuie, dar te pierzi și, automat, interviul este un eșec. Gândește pozitiv și fă tot posibilul să fii tu! Angajatorii apreciază sinceritatea și în mod sigur nu vor avea pretenții exagerate de la tine.

Top 10 întrebări de la interviu

Ai trecut peste pasul selectării și ai ajuns la interviu. Știi la ce întrebări să te aștepti? Următoarele întrebări sunt cel mai des întâlnite.

1. Ce experiență ai în domeniu?
2. De ce ai plecat de la ultimul loc de muncă?
3. Ce știi despre noi?
4. Povestește-ne despre tine.
5. Care sunt calitățile/defectele tale?

6. Povestește despre un succes/eșec profesional.
7. Unde te vezi peste 5 ani?
8. Cum te înțelegeai cu fostul șef?
9. Cum reușești să te organizezi?
10. De ce te-am alege pe tine?

După editarea CV-ului, verifică următoarele:

- a) Dacă ai eliminat greșelile de ortografie.
- b) Dacă dimensiunea CV-ului este suficient de concludentă pentru a evidenția experiența și dacă nu depășește limita.
- c) Dacă ai menținut ordinea cronologică a elementelor conform regulilor de redactare a CV-ului.
- d) Scrisoarea de intenție este clară și la subiect.
- e) Denumirea CV-ului este relevantă pentru angajator.

Angajatorii și rețelele sociale

Se întâmplă ca uneori angajatorii să te caute pe internet pentru a afla mai multe detalii despre viața ta din lumea on-line, dar și despre cea din lumea off-line. Dacă ai activitate pe Facebook, dacă ai comentat la anumite articole sau ai relații care se pot dovedi nefavorabile pentru viitorul tău în acea companie sunt elemente de interes pentru recrutorul care te-a invitat la interviu.

După o simplă privire asupra profilelor tale on-line îți poate da seama cât timp obișnuiești să petreci pe internet și în ce scop.

Facebook-ul a ajuns deja a fi un CV mai puțin tradițional. De aici se pot afla informații personale, dar și informații legate de fostul loc de muncă. Nu toți angajatorii obișnuiesc să practice acest „sport al căutării”, dar este bine să fii precaut. Așadar, ai grijă de următoarele:

1. Limbajul folosit la comentarii/postări trebuie să fie unul decent. Evită comentariile răutăcioase despre foștii tăi șefi.
2. Fotografii/filmulețele publicate să nu arate particularități mult prea intime ale personalității tale. O fotografie, la fel ca și în cazul CV-ului, poate să spună mai mult decât toate cuvintele pe care le-ai spune unui recrutor.
3. Controlează postările prietenilor referitoare la persoana ta. Un angajator nu-și va face o părere favorabilă dacă te va vedea alături de alți prieteni în ipostaze indecente.

4. Elimină orice discrepanță dintre CV și profilul tău online. Astfel nu se va produce niciun fel de confuzie.

5. Deschide discuții referitoare la locurile de muncă de interes pentru tine. Angajatorul își va da seama că ești interesat de respectivul post și în acest mod poți afla și de alte joburi disponibile.

6. Ai grijă la ce pagini ai dat „like”. Nici ție nu-ți place ceea ce poate altuia îi place. Angajatorii caută semne care i-ar determina să se gândească de două ori înainte de a te angaja.

O idee aparte când ești în căutarea unui loc de munca este CV-ul video. Te înregistrezi câteva minute, te prezinți și apoi îl postezi pe youtube. Are un impact destul de puternic și înainte de a merge la un interviu real angajatorul își face o scurtă părere despre tine. Ai grijă să fie o părere bună!

Un angajator te poate aborda și prin intermediul Facebook-ului dacă el consideră că ai un profil interesant pentru compania sa, mai ales că, mai nou, firmele caută oameni pe care să-i angajeze și să se ocupe de conturile lor de socializare pe internet.

Dacă vrei să fii privat de discuții referitoare la contul de Facebook, te sfătuiesc să ai grijă de confidențialitatea ta și să nu ai un profil public. Toate aceste sfaturi sunt valabile și pentru cei care au deja un loc de muncă.

Orice activitate pe care o ai pe internet lasă în urma ta o amprentă care te poate urmări profesional. Nu-ți face probleme prea mari, pentru că un recrutor profesionist știe să facă diferența între niște glume nevinovate și potențialul pe care îl ai din punct de vedere profesional.

Scris de Livia Dulceata

2.3. Job tips

FOLOSEȘTE-ȚI CALITĂȚILE!

Dacă lucrezi foarte mult într-un singur loc de muncă sau nu lucrezi pentru o anumită perioadă, începi să crezi că nu mai există lucruri la care te pricepi, în afară de cele pe care le faci deja.

Sunt însă atât de multe lucruri pe care le faci bine instinctiv în fiecare zi, încât nu le mai recunoști ca fiind speciale. Știind însă că ești foarte bun, devii mai încrezător și ai curajul să încerci lucruri noi. Dar cum le poți descoperi și, mai ales, cum le poți descrie altei persoane?

6 LUCRURI ESENȚIALE!

În afară de calificări și de experiență mai există și alte elemente pe care angajatorii le apreciază foarte mult:

1. *COMUNICAREA EFICIENTĂ*
2. *LUCRUL ÎN ECHIPĂ*
3. *REZOLVAREA EFICIENTĂ A PROBLEMELOR*
4. *INIȚIATIVA*
5. *BUNA ORGANIZARE*
6. *ADAPTABILITATEA*

Aceste calități esențiale sunt de multe ori învățate și perfecționate.

REEVALUAREA ESTE IMPORTANTĂ!

Verifică-ți calitățile gândindu-te la lucrurile pe care le faci zilnic:

1. COMUNICI EFICIENT DACĂ:

- vorbești clar și la obiect;
- nu ai greutate în a comunica cu străinii;
- asculți cu atenție;
- îi convingi cu ușurință pe ceilalți să adopte punctul tău de vedere;
- explici lucrurile astfel încât ești înțeles cu ușurință.

2. LUCREZI BINE ÎN ECHIPĂ DACĂ:

- te înțelegi bine cu diferite tipuri de oameni;

- schimbi informații;
- ești deschis la ideile celorlalți;
- ești loial;
- ești flexibil și faci compromisuri;
- îți respecti promisiunile;
- ești corect când împarți sarcinile;

3. REZOLVI EFICIENT PROBLEMELE DACĂ:

- vezi care sunt problemele înainte ca ele să devină prea mari;
- studiezi dificultățile din mai multe puncte de vedere;
- încerci să rezolvi singur problemele, nu le lași pe seama altora;
- înveți din propriile greșeli.

4. EȘTI UN BUN ORGANIZATOR DACĂ:

- ești capabil să îți planuești activitatea astfel încât lucrurile importante să fie rezolvate primele;
- respecti termenele stabilite;
- poți face mai multe lucruri în același timp;
- poți să vizualizezi cum vor arăta lucrurile în final;
- poți coordona oameni și resurse.

5. TE ADAPTEZI UȘOR DACĂ:

- ești deschis la noi idei;
- nu ți-e teamă să încerci noi metode de rezolvare a lucrurilor;
- înveți repede;
- faci față schimbărilor fără probleme.

Acum, tot ce trebuie să faci este să te gândești la exemple concrete. Au existat situații în care ai avut nevoie de aceste calități? Cum te-ai descurcat?

CUM SĂ GĂSEȘTI ECHILIBRUL ÎNTRE FAMILIE ȘI CARIERĂ?

A cui carieră este pe primul plan – a ta sau a partenerului...

Cât de mult trebuie să îți sacrifici cariera pentru familie și cine face de obicei cel mai mare sacrificiu...

Cum este să fii singurul părinte...

Ce să alegi între familie și serviciu...

Pare imposibil la început, dar există lucruri pe care le poți face pentru a găsi echilibrul între familie și carieră. Iată câteva sugestii, bazate pe experiențele altor persoane care s-au confruntat cu acest lucru înainte: descoperă care sunt valorile tale și stabilește-ți prioritățile. Încearcă să vezi care este importanța lucrurilor din viața ta – munca, familia, prietenii, alte lucruri pe care le prețuiești.

Iată un exercițiu care poate să te ajute:

Scrive cât mai multe valori îți vin în minte, alege-le pe cele mai importante 10 din ele, în ordine descrescătoare. Apoi, cu partenerul sau prietenul tău, începe să compari 10 cu 9, 9 cu 8, până la 2 cu 1. Chiar dacă poate părea aranjat dinainte, spune-i la fiecare comparație: „pentru a mă dedica acestui lucru (_____), voi renunța la acesta (_____).

Fii atent la ce simți că poți să renunți. Dacă ai dubii, încearcă să vezi cum ar fi să renunți la cealaltă valoare.

Poți să comentezi cu celălalt alegerile, dar atuul acestui exercițiu este că te ajută să îți faci alegerile într-un mod rațional și cerebral. Partenerul tău ar trebui să fie atent la încercările tale, dar să nu comenteze sau să se opună alegerilor tale. Dacă ai reuși să îl faci și pe celălalt să facă și el exercițiul, cu atât mai bine.

În mod normal, ordinea valorilor se schimbă. Puteți face acest exercițiu în mod periodic, pentru că prioritățile se schimbă permanent.

Stabilește și aderă la limitele firmei, în conformitate cu prioritățile pe care ți le-ai fixat. Acest lucru ar părea că îți limitează munca, de vreme ce este unul din cele mai nelimitate angajamente. Dar asta poate să însemne și trasarea de limite în jurul timpului petrecut muncind pentru alții, lucru care îți exclude propriile nevoi. Cei care se gândesc îndeajuns de mult la ei pentru a-și trasa niște limite reușesc să aibă cariere de succes, reducând la minimum izbucnirile, stresul și vina.

Iată câteva moduri în care îți poți trasa limitele:

1. Stabilește un număr de ore pe care ești dispus să le petreci la serviciu și nu le depăși decât în situații speciale și care necesită într-adevăr ore suplimentare.

2. Dedică-te și altor activități în timpul tău liber: înscrie-te într-un club, o organizație sau aranjează-ți întâlniri fixe cu prietenii. Așa o să îți fie greu să le lași la o parte.

3. Acordă-ți timp să fii cu familia, fă ce ai adus de muncă acasă în timp ce ei au alte activități, pentru ca timpul liber să îl petreceți împreună.

4. Învăță să spui NU muncii suplimentare și altor lucruri mai puțin importante din viața ta.

5. Încearcă să îți rezolvi problemele cu partenerul. Comunicarea deschisă și sinceră este esențială, pentru că este o ocazie să depășești divergențele și să vă concentrați pe ceea ce vă leagă. Trebuie ca ambii parteneri să facă compromisuri ca să existe înțelegere.

6. Încearcă să negociezi cu partenerul a cui carieră primează la un anumit moment. În familie trebuie să alterneze rolurile soțului și soției. Un sacrificiu făcut pentru celălalt poate ajuta în viitor pe amândoi.

7. Schimbă perspectiva. Privește înapoi. Ai luat decizii schimbătoare, te-ai bazat pe atitudini de moment... Învăță din greșeli și vezi unde te afli la momentul actual. Gândește-te că în următoarea clipă nu ai mai fi... Ce ai mai fi făcut și ce regreti că s-a întâmplat sau nu? Probabil că multe... la inițiativa și fă schimbările necesare în viața ta.

Nu există soluții perfecte într-o lume plină de compromisuri și angajamente... Dar dacă deciziile pe care le iei sunt făcute dintr-o pornire sinceră de a găsi soluții potrivite valorilor tale, rezultatul îți va aduce cel puțin mulțumire. Dacă lucrurile ies rău, măcar ai încercat și acum ai ocazia să schimbi ce nu a mers.

CE SĂ ÎNTREBI LA UN TÂRG DE JOBURI

Ai așteptat la coadă, te-ai apropiat de un recrutor, ți-ai prezentat CV-ul și te-ai prezentat într-un mod convingător și comunicativ ca și un angajat perfect pentru compania X. Apoi recrutorul îți pune o întrebare spinoasă: „Ai vreo întrebare pentru mine?” Transpiri. Te bâlbâi. Te panichezi.

Ai ratat. Companiile vor angajați care sunt activi și selectivi. Și a adresa interviuatorilor întrebări inteligente reprezintă un mod excelent de a-i face să își amintească de tine. Iată o scurtă listă cu potențiale întrebări pentru a fi adresate recrutorilor la un târg de joburi. În mod natural, nu vei pune toate întrebările de mai jos – nu ai decât câteva minute la dispoziție. Dar această listă vă va indica direcția cea bună și vă va ajuta să evitați bâlbâielile și transpirația.

ÎNTREBĂRI FOCUSATE PE CEEA CE UN ANGAJATOR VĂ POATE OFERI:

- Ce vă atrage în munca în companie?
- Câți angajați aveți?
- Ce beneficii oferă compania?
- Ce oportunități de avansare oferă compania?

- La ce nivel sperați să ajungă compania în următorii ani?
- Ce altceva mai pot ști despre companie?
- Cum vă pot contacta dacă mai am întrebări mai târziu?

ÎNTREBĂRI FOCUSATE PE CEEA CE TU POȚI OFERI COMPANIEI:

- Ce fel de persoană căutați pentru acea poziție?
- Ce tip de background educațional preferați?
- Ce experiență anterioară de muncă este necesară?
- Ce alte abilități, ca de exemplu limbi străine sau cunoștințe PC, sunt căutate?

CÂND VORBEȘTI, NU UITA SĂ:

- Fii prietenos și deschis
- Rămâi pozitiv și la subiect
- Vorbește clar și încrezător

Respectă întrebările de mai sus și probabil vei auzi în curând întrebarea pe care o aștepți: „Când puteți începe?”

Sursa: e-Jobs

CELE 11 REGULI PENTRU O NEGOCIERE DEȘTEAPTĂ

Atunci când există o economie puternică, cei care sunt în căutarea unui job nu numai că negociază cu angajatorii, dar cred că nu ar fi inteligent să nu o facă. Atunci când economia este șubredă, mulți candidați cred, în mod eronat, că trebuie să accepte ceea ce le este oferit, sau riscă să piardă oferta. Totuși, independent de climatul economic, ceea ce contează este CUM negociezi.

Chiar dacă s-ar putea să nu obții tot ce vrei, nu vei pierde o ofertă din cauza cerințelor tale. Totuși ofertele sunt foarte des retrase din cauza modului în care sunt cerute unele avantaje. Chiar dacă piața muncii este sau nu bună, există întotdeauna oportunități de a negocia un pachet salarial mai bun doar dacă știi cum să faci acest lucru.

Există 11 reguli generale care te vor ajuta să negociezi cea mai bună variantă în orice fel de climat economic, atunci când îți schimbi jobul:

1. FII PREGĂTIT!

Trebuie să ai cât mai multe informații despre piața de muncă și despre viitorul angajator. Această regulă este cea mai importantă. Există foarte multe informații pe Internet, la bibliotecă sau în cadrul asociațiilor profesionale - apelează la ele! Timpul pe care îl petreci învățând cum să negociezi și pregătindu-te pentru negociere poate reprezenta cea mai bună investiție pe care o vei face.

2. REALIZEAZĂ CĂ MODUL DE NEGOCIERE ESTE IMPORTANT!

Atunci când negocierile se finalizează, va trebui să lucrezi cu persoana cu care ai negociat. Mai mult, succesul tău viitor poate depinde de acea persoană. Așa că, în timp ce negociezi cea mai bună variantă, ai grijă ca acest lucru să nu-ți afecteze imaginea.

3. ÎNȚELEGE NEVOILE TALE ȘI ALE ANGAJATORULUI!

Pentru a avea succes în acest tip de negociere, trebuie să-ți examinezi prioritățile. Ce îți dorești de fapt? Înțelegerea nevoilor tale te va ajuta să-ți alegi tipul de companie în care vrei să lucrezi.

4. ÎNȚELEGE PARTICULARITĂȚILE FIECĂREI NEGOCIERI!

Câteodată calitățile tale pot fi la mare căutare. Altă dată, poți fi doar unul din mulții candidați selectați de compania respectivă pentru interviu. Trebuie să înțelegi exact importanța situației și ceea ce se dorește de la tine. Astfel vei ști când este momentul să ceri anumite avantaje, pentru că acesta este un lucru extrem de important.

5. NU MINȚI NICIODATĂ, DAR FOLOSEȘTE ADEVĂRUL CA UN AVANTAJ!

Nu numai că nu este bine să minți, dar este și ineficient în negocieri. Dacă minți într-o negociere, mai devreme sau mai târziu s-ar putea să fii prins. Și dacă se întâmplă așa, chiar dacă nu pierzi oferta, va fi în dezavantajul tău, iar credibilitatea ta va avea mereu de suferit. Pe de altă parte, nici candoarea totală nu va fi răsplătită. Nu este neapărat nevoie să spui tot ce știi să faci - trebuie doar să hotărăști ce vrei să spui și să pui totul într-o lumină cât mai pozitivă.

6. FII CÂT MAI CORECT!

Corectitudinea este cea mai puternică armă. Trebuie să justifici fiecare cerere în raport cu acest element deosebit de important. De exemplu, dacă angajații companiei respective au parte de tichete de masă, este corect să primești și tu. Înțelegerea importanței pe care o joacă elementul corectitudine în arta negocierii poate face diferența între succes și eșec.

7. FOLOSEȘTE INCERTITUDINEA ÎN AVANTAJUL TĂU!

Înainte de a face vreo ofertă, o companie testează de obicei care ar fi limita care te-ar face să accepți jobul. Cu această informație, potențialul angajator va ști care este pachetul minim pe care îl poate oferi. Dacă divulgi prea multe informații, este posibil să obții mai puțin decât ai fi putut primi. Nu divulga salariul tău curent sau avantajele care te-ar face să renunți la jobul actual. Dacă nu știe aceste lucruri, angajatorul va veni cu cea mai bună ofertă. Atunci când ai de-a face cu agenții de recrutare, s-ar putea să trebuiască să divulgi salariul. Și, în acest caz, trebuie să prezinți situația în cel mai avantajos mod cu putință.

8. FII CREATIV!

Ia în considerare valoarea întregului pachet salarial. Dacă ești creativ și știi ce să propui, poți obține ceea ce vrei într-un mod care să

fie acceptabil pentru companie. Trebuie să găsești de asemenea modalități de a trata prin care să-ți retragi unele cerințe care ar putea fi problematice pentru companie, în schimbul altora pentru care compania dispune de mai multă flexibilitate.

9. CONCENTREAZĂ-TE PE SCOPURI, NU PE A CÂȘTIGA!

De multe ori, în negocieri, a câștiga devine mult mai important decât a-ți îndeplini scopurile. Este important să nu-l faci pe viitorul tău șef să simtă că a pierdut. Nu ai câștigat mare lucru dacă îl îndepărtezi în timpul negocierilor.

10. REALIZEAZĂ CÂND TREBUIE SĂ RENUNȚI LA TOCMEALĂ!

Un mod sigur prin care poți pierde tot este lăcomia. Există un moment în fiecare negociere când obții tot ce ai fi putut obține în situația respectivă. Dacă ești perceput ca lacom și nerezonabil, nu ai prea multe șanse de reușită. Și, chiar dacă vei fi angajat, acest lucru îți va dăuna în viitor. Urmează poate cea mai importantă regulă!

11. NU UITA CĂ ANGAJAREA PRESUPUNE O RELAȚIE PERMANENTĂ!

Negocierile de salariu sunt doar începutul carierei tale într-o anumită companie. Dacă obții prea puțin, vei fi dezavantajat cât timp vei lucra acolo. Dacă insiști prea mult, îți vei strica această relație încă de la început.

Înțelegerea acestor principii te va ajuta să negociezi în mod eficient termenii noului tău job. După angajare, fă-ți datoria în mod corect și caută în permanență noi provocări. Dacă îți vor fi atribuite noi responsabilități și îți vei dezvolta calitățile, vor exista noi situații în care vei putea negocia noi avantaje.

Sursa: e-Jobs

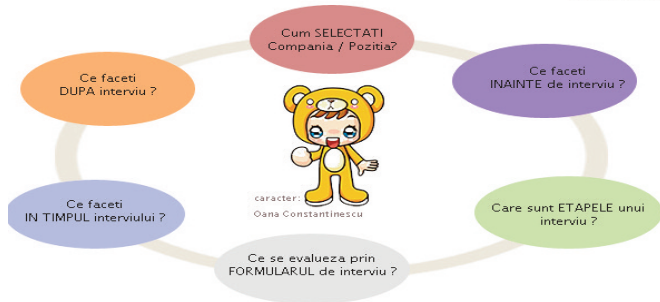
MINI-GHID DE INTERVIU PENTRU CANDIDAȚI

Sunteți un tânăr absolvent plin de idei? Ocupați o poziție ce nu vă mai oferă provocarea și satisfacția de care aveți nevoie și doriți o schimbare? V-ați pierdut locul de muncă? Căutați un job și trebuie să participați la un interviu? Dacă da, vă aflați în fața Pasului Înainte.

Pasul Înainte, aflat în afara zonei de confort, stresează, dar în același timp dezvoltă, conduce spre fructul dorit, vă lasă să-l culegeți și să vă bucurați de el. Merită să-l faceți. Haideți să vedem cum:

Intrebari la care gasiti raspuns in acest articol...

www.rauflorin.ro



ÎNAINTE DE TOATE, AUTOCUNOAȘTEȚI-VĂ!

Identificați-vă punctele tari: talentele, competențele tehnice, abilitățile soft. Descoperiți ce puteți face cu plăcere, continuu, fără să oboseți. Descoperiți șoselele de mare viteză din mintea dvs. și ignorați drumurile de rang inferior.

Identificați ce anume vă motivează: banii, dorința de recunoaștere, dorința de a vă simți util, de a însemna ceva pentru ceilalți, dorința de împlinire profesională, pasiunea de a realiza ceva, plăcerea de a interacționa etc.

Stabiliți cu exactitate unde vreți să ajungeți ca să știți pe unde o luați.

Scrieți valorile în care credeți și obiectivele dvs. pe termen lung pentru care sunteți dispus să investiți talent, efort și pasiune.

Cum selectati pozitia / compania?

www.rauflor



Este foarte important ca nevoile, credintele si aspiratiile Dvs. sa se suprapuna peste nevoile si valorile companiei in care doriti sa intrati.

Iata cateva sugestii:

- nu acordati incredere neconditionata: verificati **compatibilitatea** convingerilor si aspiratiilor Dvs. cu valorile declarate si obiectivele companiei. Puneti cap la cap informatiile existente pe site-ul companiei cu imaginea reflectata in opiniile fostilor si actualilor angajati exprimate pe diverse retele sociale si siteuri. Nu neglijati reseaua dvs. de networking;
- asigurati-va ca ati inteles cerintele pozitiei si ca acestea **corespund** aspiratiilor Dvs.;
- suprapuneti **imaginea pozitiei** - cerinte, responsabilitati - peste **imaginea dvs.** - talente, competente tehnice, abilitati soft, experienta - si stabiliti compatibilitatea cu pozitia pe care doriti sa aplicati. Aflati daca puteti deveni „omul potrivit la locul potrivit”;



caracter: Oana Constantinescu

Ce faceti INAINTE de interviu?

www.rauflorin.ro

Interviul nu este un favor pe care v-l face compania. Motivul pentru care va chema este ca Ea are nevoie de cineva care sa-i rezolve problemele. Are nevoie de talentul, competentele si abilitatile Dvs.



- acordati atentia** cuvenita CVului si Aplicatiei. Ele compun cartea Dvs. de vizita si pot face diferenta intre a fi, sau a nu fi invitat la interviu;
- documentati-va** temeinic despre companie: viziune, misiune, obiective strategice, structura, cultura organizationala, rezultate financiare. Daca ea vrea sa stie despre Dvs. este normal ca si Dvs. sa stiti despre ea. Sigur veti fi intrebat de ce ati aplicat aici.
- incercati sa **identificati** competentele organizationale cheie ale companiei - comunicare, capacitatea de a lua decizii, de a executa, de a inova, leadership, etc. **Analizati** in ce masura detineti aceste competente care vor fi punctate alaturi de competenta tehnica si experienta;
- pregatiti** cu responsabilitate interviul: analizati cerintele pozitiei si stabiliti talentele, competentele tehnice, abilitatile si experientele Dvs. anterioare care va pot transforma intr-un candidat de succes. **Stabiliti** situatii concrete in care actiunile Dvs. au generat valoare in alte companii;
- daca sunteti tanar absolvent, aveti multe **atuuri** de partea Dvs.: cunostintele teoretice, talentul, creativitatea, gandirea out of the box, mobilitatea, dorinta de dezvoltare, abilitatea de a comunica, disponibilitatea la efort, increderea, cunostintele IT, deschiderea fata de nou, dorinta de schimbare, capacitatea de adaptare...Dovediti ca sunteti destul de rapid sa stapaniti un task si suficient de nelinistit sa incercati continuu si altceva.

Care sunt etapele unui interviu?

www.rauflorin.ro

Deschidere și prezentare interviuatori

5 min

Interviuatorii se prezintă ca nume și poziție în organizație;

Se oferă candidaților informații privind structura interviului și obiectivele urmărite.

Auto-prezentare candidat

10 min

Candidatul își prezintă activitatea subliniind aspectele care în opinia lui îl recomandă pentru poziția respectivă (competențe tehnice, abilități soft, experiență)

Interviuatorii ascultă activ. Pun întrebări de clarificare dacă este cazul.

Întrebări pe baza CV-ului

10 min

Interviuatorii formulează întrebări pe baza CV-ului candidaților pentru a obține o imagine de ansamblu asupra competențelor, abilităților soft, experienței, motivației, mobilității, punctelor tari / slabe, obiectivelor de carieră.

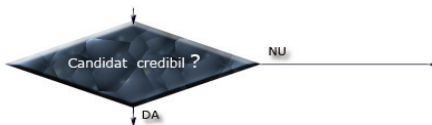
Se vor acoperi toate aspectele conținute de Formularul de Interviș și Cerințele poziției.

Prezentarea companiei și a poziției vacante

10 min

Interviuatorii prezintă candidaților detalii privind organizația, poziția vacantă (locul în cadrul organizației, atribuții, subordonare, responsabilități, interfețe), perspectivele de dezvoltare personală și carieră.

Candidatul are posibilitatea să pună întrebări suplimentare pentru a se lămurii pe deplin.



Evaluare aprofundată competențe, abilități

15 min

Candidatul trebuie să ofere soluții pentru situațiile specifice prezentate de interviuatori. Situațiile trebuie să fie posibile, relevante, clare, concise, să presupună reacții, decizii și acțiuni din partea candidaților.

Așteptări

5 min

Se discută așteptările salariale ale candidaților / data posibilă de start pe noua poziție în cazul selectării / reconfirmarea interesului pentru poziția respectivă.

Întrebări candidat. Încheiere interviu

5 min

Candidatul va fi întrebat dacă are întrebări și interviuatorii vor răspunde întrebărilor acestuia.

Se mulțumește candidaților pentru timpul acordat și se precizează data și modalitatea în care se va oferi feedback cu privire la rezultat: scrisoare / telefon sau scrisoare, e-mail, etc.

Completare formular de interviu. Concluzii

15 min

Interviuatorii tehnici și HR vor completa Formularul de interviu și se vor pune de acord cu privire la punctajul acordat pe fiecare criteriu din formular, stabilind punctajul general al candidaților.

Ce se evalueaza prin FORMULARUL de interviu?

www.rauflorin.ro



Formularul de interviu permite abordarea unitara a procesului si calcularea punctajului realizat de fiecare candidat in urma evaluarii.

Ce anume se evalueaza?

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> competentele tehnice ; | <input type="checkbox"/> punctele slabe |
| <input type="checkbox"/> competentele de comportament organizational (abilitatile soft); | <input type="checkbox"/> mobilitatea ; |
| <input type="checkbox"/> experienta; | <input type="checkbox"/> nivelul de cunoastere al limbilor straine; |
| <input type="checkbox"/> motivarea; | <input type="checkbox"/> obiectivele de cariera; |
| <input type="checkbox"/> punctele forte | <input type="checkbox"/> asteptarile salariale; |



caracter: Oana Constantinescu

Ce faceti IN TIMPUL interviului?

www.rauflorin.ro

Modul recurent de gandire indica Talentul. Tradus: Raspunsul si Actiunea ca Prim Impuls, spun totul despre Dvs., oferind indicii clare despre modul natural in care sunteti construit. Asa va "citesc" interviuatorii.



- fiti Dvs. insiva. Fiti sincer. Nu cautati sa paresti altcineva. Altfel va veti pacali si veti pierde increderea oamenilor din fata dvs si, implicit, o sansa;
- fiti clar, concis, specific. Folositi persoana I-a singular;
- puneti accent pe punctele Dvs. forte care pot aduce valoare companiei;
- afirmati doar lucruri in care credeti. Exprimati doar disponibilitati pe care le aveti. Asumati-va doar angajamente pe care le puteti indeplini;
- analizati oportunitatile de dezvoltare pe care vi le ofera compania. De multe ori, se dovedesc mai importante decat salariul.

Ce faceti DUPA interviu?

www.rauflorin.ro



Trimiteti o scrisoare de multumire.

Trimiteti o scrisoare echipei de interviu. Mulțumiti pentru oportunitatea oferita.

Formulați-o clar și concis. Reconfirmați interesul pentru poziția respectivă și, dacă este cazul, faceți cunoscute punctele forte omise în timpul interviului. Drept cale de comunicare, utilizați adresa de e-mail a specialistului Resurse Umane responsabil de recrutarea poziției pe care ați aplicat. În mod cert scrisoarea va influența alegerea, oferindu-va un avantaj în fața celorlalți candidați la fel de buni ca dvs, dar care nu s-au gândit să utilizeze acest instrument simplu de feedback.

Scris de Florin Rău

Vreau un salariu de peste 700 de euro

M-ar interesa cum să-mi găsesc un job plăcut, cu program normal și cu salariu de peste 700 de euro pe lună!

Cam așa suna propunerea unei prietene care activează în domeniul resurselor umane. Și imediat a venit cu o a doua întrebare... plină de scepticism:

Crezi că există vreun răspuns?

Recunosc că am avut o clipă de ezitare în care mi-am spus: prea multe vrei! Probabil mulți dintre voi gândiți sau simțiți la fel. Acest subiect m-a frământat cam două săptămâni! Răspunsul l-am obținut în final, acesta este DA. Probabil vă gândiți ca e simplu să spui că se poate, dar întrebarea logică și de bun simț este: cum este posibil așa ceva sau în ce condiții?

Acest articol se vrea a fi un îndrumar practic pentru tine pentru a întruni condițiile de mai sus. Acest lucru va fi un ghid în care te poți regăsi, însă totul poate da greș dacă tu vei pretinde că nu ai niciun rost în această problemă și vei arunca totul în spinarea angajatorilor! Ca de obicei, o să expun această soluție în pași cadru pe care îi poți urma!

1. Vreau un job plăcut!

Sună foarte bine această expresie, și îți dă o stare de bine și te gândești: ce frumos ar fi! Primul lucru pe care trebuie să-l faci este să lămurești ce înseamnă pentru tine job plăcut! Aici indicatorii diferă de la persoană la persoană: Pentru unii dintre noi, plăcut înseamnă salariu mare, pentru alții plăcut înseamnă să nu ai nicio responsabilitate, alții, din contră, vor să aibă responsabilitate, pentru alții înseamnă să aibă o funcție executivă, pentru alții - o funcție de conducere! Lista poate continua la nesfârșit! Aici formula magică a jobului plăcut poate fi dată doar de tine și de nimeni altcineva! Astfel că înainte de a începe marea căutare a unui asemenea job ia o foaie de hârtie și descrieți jobul! Această descriere trebuie să conțină cât mai multe informații. Scrie-le pe hârtie așa cum îți vin în minte!

Să luăm o exemplificare paralelă foarte umană. Vrei să mănânci ceva foarte bun. E simplu! Dar va fi foarte greu să-ți gătești ceva bun dacă tu nu definești ce ți-ar plăcea să mănânci: poate fi un grătar, poate fi un pește, pot fi fructe de mare, poate fi o ciocolată sau poate fi o salată! Să presupunem că te duci într-un restaurant și acolo ți se pune un meniu în brațe din care tu să alegi! Prin urmare, gradul de satisfacție poate să crească dacă vei alege din acel meniu ceea ce-ți place! Va fi foarte greu

să pui vecinul de masă să aleagă sau chelnerul! Este drept, pot face și acest lucru, însă ei îți vor spune ce este plăcut pentru ei sau vor presupune ce ți-ar plăcea ție!

Argumentarea poate continua și mai pot fi găsite o grămadă de exemple. De asemenea, pot fi găsite și contraexemple în care oamenii s-au ales cu un superjob (cum îl definesc ei) sau au mâncat o supermâncare, fără ca ei să facă mare lucru în acest sens. Este drept că sunt și asemenea cazuri, însă acestea sunt excepții. Probabilitatea să nimeriști un job plăcut fără ca tu să știi ce vrei este foarte mică. Gândeți-vă că sunt mii de tipuri de joburi. Probabil ție doar două sau trei dintre acestea ți s-ar potrivi! Prin urmare, te îndemn să nu te lași la voia întâmplării atunci când îți cauți de lucru! Pentru că aceasta este loterie curată! Poți risca, poți paria, însă hazardul nu are cum să-și îndeplinească dorința ta: un job plăcut fără ca tu să știi ce este acest job plăcut va fi aproape imposibil de obținut! Spor în a identifica care este acel job plăcut... pentru că acest este primul pas!

2. Vreau un program normal!

Acest program normal este, din nou, un punct sensibil! Însă, de ce să nu fim sinceri: unii nu ar vrea program normal, înseamnă 8 ore, ci ar vrea mai degrabă 4. Sunt și persoane care vor mai mult, au suficientă energie și pot lucra până la 10-12 ore pe zi. Eu, de exemplu, nu vreau un program normal! Pot ajunge și la 16 ore pe zi de muncă! Acest lucru îmi place! Nu pot sta, pur și simplu! Îmi place să lucrez, îmi place să aduc un plus valoare muncii mele ori de câte ori am ocazia! Să nu credeți că vreau să vă conving să munciți mai mult sau mai puțin! Trebuie însă să fim sinceri și să recunoaștem că acest PROGRAM NORMAL este un indicator de măsurare individual, nefiind valabil în mod universal. Mai departe de acest indicator, corolarul acestui articol este: fiecare are propriile „butoane” care, odată apăsat, fac din jobul lui un job pe care și-l doresc. Aceste butoane exprimă nu doar ce te-ar interesa pe tine sau ce ți-ar plăcea, ci exprimă o prioritarizare. Adică ele îți spun ție ce ar fi FOARTE important ca jobul tău să aibă. În mod practic, trebuie să iei descrierea de mai sus și să încerci să o ordonezi, să faci o ierarhie cadru în ceea ce-ți dorești tu de la job. Astfel, primele 3-5 caracteristici (cele din top) vor fi butoanele, adică acele lucruri pe care tu vrei să le aibă jobul tău în mod OBLIGATORIU.

Mai jos aveți o listă a lucrurilor care motivează angajații și fac din jobul lor un job plăcut. Studiul efectuat de Gallup International relevă principalele lucruri importante pentru o persoană la locul de muncă. Acestea sunt:

1. Știi ce se așteaptă de la mine la locul de muncă
2. Am echipamentul și materialele necesare pentru a-mi face corect munca

3. La locul de muncă am posibilitatea să fac ce știu cel mai bine zi de zi
4. Am fost lăudat pentru munca mea bine făcută
5. Șefului meu sau altei persoane de la locul de muncă pare să-i pese de mine ca persoană
6. Există cineva la locul meu de muncă care mă încurajează să mă dezvolt
7. La locul meu de muncă opiniile mele contează
8. Misiunea sau țelul companiei mele mă face să simt că munca mea este importantă

Vă recomand această lucrare: „Manager contra Curentului”, Marcus Buckingham, Curt Coffman. Veți găsi în ea explicați toți acești factori!

Concluzia este simplă: află că-și place, află ce te motivează! Pentru aceasta trebuie să ai o discuție sinceră cu tine!

Să trecem și la partea sensibilă: **Cum obțin un salariu de 700 de euro?**

Mai jos aveți o listă punctuală de motive pentru care ți s-ar acorda un salariu de peste 700 de euro. Vedeți, așadar, că acest salariu de 700 de euro nu pică din senin, ci sunt anumite motive pentru care acesta se acordă sau s-ar acorda:

1. Politica salarială a firmei permite
2. Prezența ta în companie reprezintă un plus valoare pentru companie
3. Ai rezultate concrete, vizibile și măsurabile în companie

La această listă mai pot fi adăugați o mulțime de alți factori! M-am rezumat doar la doi factori, anume: firma trebuie să vrea și să poată, iar tu să meriți acești bani! Fă o listă cu motivele pentru care tu meriți 700 de euro. Nu este de ajuns să vrei un salariu mare, ci trebuie să identifici motivele pentru care tu meriți. Dacă tu nu găsești aceste motive, este practic imposibil să o faci altcineva!

Vedeți, așadar, că lucrurile nu sunt deloc complicate! Soluția există, poate fi identificată ușor, însă aceasta este la tine! Mult spor în aplicarea celor trei lucruri!

Scris de Marian Rujoiu

2.4. Interviu

Ai 48 de ore să ajungi la Polul Nord!

Treceam, cu ani în urmă, printr-un lung și complex (mi se părea mie, atunci) proces de selecție, în demersul de a obține un job pe care mi-l doream foarte tare.

La un moment dat, într-o fază finală ce dura deja de peste o oră, interviewerul (viitorul meu șef) mi-a propus brusc, fără nici o legătură cu conversația anterioară, următorul scenariu: „Te invit la mine în birou. Îți pun în brațe drapelul cu sigla firmei și o carte de credit AMEX Gold, fără limită de sumă, și-ți cer să înfigi steagul ăsta la Polul Nord, pe calota de gheață, în 48 de ore. Spune-mi cum reacționezi”.

N-o să credeți, nu despre răspunsul meu vreau să vă vorbesc (vezi a doua paranteză, mai sus), ci despre rolul unei astfel de întrebări în cadrul unui interviu. Și are un rol cel puțin dublu, după părerea mea.

În primul rând să te surprindă, să chiar șocheze puțin, să te scoată din poezia învățată cu care ai venit de-acasă. Un recrutor cu experiență va depăși nivelul „povestirii” CV-ului și al întrebărilor standard („unde te vezi peste 5 ani?” sau „Ce te recomandă pentru postul X sau Y”). Va dori să evalueze, dincolo de aptitudinile tehnice și experiența candidatului, șansele ca acesta să performeze cu succes în postul vizat.

În egală măsură, un candidat bine pregătit va anticipa scenariul interviului și va pregăti temeinic răspunsuri convingătoare la întrebările la care se așteaptă. Iar interviewerul știe asta și va încerca să exfolieze ambalajul construit cu migală și să afle ce e, de fapt, înăuntru.

Modul în care răspunzi e, pe de altă parte, relevant în raport cu cerințele jobului pe care ți-l dorești și cu cultura organizației în care te vei integra. Nu există răspunsuri greșite, dar există răspunsuri mai mult sau mai puțin compatibile cu profilul căutat de angajator / recrutor. Astfel, un profil dinamic și independent (job de vânzări, spre exemplu) va fi demonstrat de un răspuns voluntar, angajant, de genul „lau steagul și cardul și plec la aeroport”. Un profil managerial va fi mai degrabă confirmat printr-un răspuns de tipul „Planific drum, haine, echipamente, evaluez durate și riscuri și apoi trec la acțiune”, în timp ce un profil conservator, precaut (finance, business analyst, etc), va analiza cu scepticism oportunitatea și bugetul unei astfel de întreprinderi. Și nu va uita să ceară PIN-ul de la card 😊

În aceeași notă, o companie cu o pronunțată cultură antreprenorială, ce cultivă agresiv inițiativa angajaților, va accepta mai greu o persoană care-și începe răspunsul cu obiecții și prea multe întrebări ajutătoare, în timp ce o firmă mare, organizată, cu reglementări interne bine procedurate, va prefera probabil un acut spirit analitic.

Am folosit frecvent, mai târziu, în proiectele mele de recrutare, acest scenariu sau altele similare, tocmai în acest dublu scop. Am primit o varietate năucitoare de răspunsuri, de la blocaj complet sau negare apriori („E imposibil!” sau „Am crezut că e un interviu serios!”) până la angajament total (scos laptop, căutat info linii aeriene, redactat Excel cu etapele călătoriei, acolo, în fața mea!). Răspunsuri care mi-au spus multe despre persoana din fața mea și, mai ales, despre compatibilitatea sa cu jobul și organizația vizate.

Și pentru că tot am început să „dau din casă” J voi continua cu câteva recomandări ce sper să te ajute să treci cu succes un astfel de test:

1. Fii relaxat. Știi, nu-i ușor, mai ales pentru cei emotivi, dar e singurul mod în care o astfel de întrebare nu te va surprinde.

2. Pregătește-te bine înainte (pe asta o știi, desigur, dar e foarte importantă). Află detalii nu doar despre job, dar și despre companie și cultura ei organizațională. Dacă se poate chiar despre persoana intervievatorului!

3. Exersează-ți și rafinează-ți mesajul și imaginea pe care vrei să le transmiți, până când realmente crezi în primul și te identifici cu a doua. Desigur, e mult mai ușor să faci asta când îți sunt proprii 😊

4. Atunci când ți se propune un astfel de scenariu, transpune-te efectiv în el. Folosește-ți imaginația. Dacă e să rămânem la exemplul de mai sus, poate n-ar fi rău să-ți tremure un pic genunchii de frig la final (exagerez, desigur, dar nu foarte tare)

5. Fii sincer! Inadvertențele de mesaj pe care le transmiți pe parcursul unui interviu sunt ușor remarcate de un recrutor / angajator cu experiență și sunt mult mai îngrijorătoare decât micile

incompatibilități cu profilul candidatului ideal. Altfel spus, nu-i cazul aici să te dai Superman și să promiți c-ajungi la pol în 2 ore. Nu vei fi nici crezut, nici angajat!

Iar la final, pentru curioși: Da, se poate. Se poate ajunge în 48 de ore la Polul Nord. Cunosce pe cineva care a făcut-o. Să obții jobul pe care ți-l dorești nu poate fi, cred eu, mai dificil. Folosind cam aceleași calități...

Scris de Dragoș Popescu

CELE MAI FRECVENTE 41 ÎNTREBĂRI DIN TIMPUL INTERVIURILOR ȘI... RĂSPUNSURIÎntrebări generale**1. Vorbește-mi despre tine!**

- Încearcă să răspunzi scurt în cel mult 2 minute, nu te bâlbâi!
- Nu te întoarce în copilărie, dă câteva detalii despre ce a fost în trecut și unde vrei să ajungi!
- Folosește introducerea din CV ca bază de început!
- Răspunde în așa fel încât să lași să se înțeleagă că ești un om stabil, adaptabil și pozitiv!
- Spune doar lucruri pozitive!

2. Ce știi despre compania noastră?

- Arată că ți-ai făcut temele, că știi cu ce se ocupă firma și care este locul ei pe piață, cunoști produsele, venitul aproximativ al companiei, care este reputația ei în cadrul industriei din care face parte, dar și în general, cunoști istoria companiei, imaginea, țelurile și psihologia!
- Arată-te interesat de noi informații, lasă intervievatorul să-ți furnizeze mai multe detalii despre companie!

3. De ce vrei să lucrezi pentru noi?

- Nu vorbi despre ce vrei tu, vorbește despre nevoile lor și despre ce poți face tu pentru ei!
- Vrei să faci parte din proiectul companiei lor.
- Vrei să rezolvi problemele companiei și îți plac provocările.
- Poți avea o contribuție majoră la îndeplinirea țelurilor companiei.

4. Ce ai face pentru noi? Ce poți face pentru noi și altcineva nu poate?

- Prezintă experiențele anterioare care arată succesul reportat în rezolvarea problemelor similare cu cele pe care le-ar putea avea compania respectivă!
- Fii pozitiv!

5. De ce găsești oferta noastră atractivă? Sau neatractivă?

Enumeră 3 sau mai mulți factori atractivi și doar un aspect negativ, cel mai minor, aspecte care ar putea include locația birourilor, reputația companiei, șansa de a lucra cu oameni de excepție.

6. De ce ar trebui să te angajăm?

Datorită cunoștințelor, a experienței, abilităților și calităților pe care le deții. Fii foarte sigur și încrezător în modul de a răspunde, nu vag!

7. Ce anume dorești de la un loc de muncă?

- Oportunitate de a-mi folosi calitățile și de a-mi fi recunoscute.
- Posibilitatea de a-mi îmbunătăți cunoștințele, deoarece în viață trebuie să învățăm continuu.
- Răspunsuri vagi cum ar fi: „îmi place să lucrez cu oamenii, îmi plac provocările la locul de muncă”.
- Leagă răspunsul de postul pentru care concurezi: „Sunt interesat să creez un soft care să vă rezolve problema”.

8. Spune-mi părerea ta despre... (poziția pentru care ești interviuat)!

Fii concis: activități și rezultate dorite!

9. Cât va dura până veți avea o contribuție în firma noastră?

Foarte repede, după o scurtă perioadă de acomodare și orientare.

10. Cât timp veți sta cu noi?

Atâta timp cât suntem de aceeași părere, contribui, îmbunătățesc, cresc etc.

Întrebări despre experiență și management

11. Care este stilul tău de conducere?

(Dacă nu te-ai gândit până acum la acest aspect, este timpul să o faci. Consultă tipurile de management de pe GoJobsite's). De exemplu, „Conducerea prin dezvoltare și antrenare”, când managerul se vede în primul rând ca un instructor al angajaților. „Uși deschise” este o idee bună.

12. Ești un conducător bun? Dă un exemplu. De ce crezi că ai potențial de conducător de top?

Răspunde concis, prezentând realizările și sarcinile avute, accentuează calitățile manageriale: planificarea, organizarea, controlul, calitățile interpersonale! Descrie trăsăturile personale relevante!

13. Ce ai căutat când ai angajat oameni în trecut?

Calități, inițiativă, adaptabilitate.

14. Ai concediat pe cineva? Dacă da, care au fost motivele și cum ai tratat subiectul?

Ai avut experiență și totul a decurs normal. Descrie cum ai vorbit cu persoana și cum i-ai explicat cu tact, dar exact unde nu a făcut față!

15. Care crezi că este cea mai dificilă sarcină a unui conducător?

- Planificarea și realizarea activităților la timp și în bugetul alocat.
- Nu lăsa de înțeles că este o sarcină de nebiruit!

16. Care este cea mai mare slăbiciune a unui conducător?

Să fie onest (și termină pe o notă pozitivă).

Întrebări legate de dinamica industriei respective

17. Ce tendințe importante ai văzut legat de industria în care activăm?

- Rezumă răspunsul la două sau trei tendințe!
- Îmbogățește exemplele cu referințe ale companiilor importante de pe piață!
- Prezintă un punct de vedere optimist și entuziast!

Dacă părăsești un loc de muncă**18. De ce pleci de la actualul loc de muncă?**

Nu mai reprezintă o provocare, este timpul să merg mai departe, mi-ar plăcea să lucrez în domeniul... (domeniul companiei la care vrei să te angajezi). Dă un răspuns grupat dacă este posibil! Ex: departamentul nostru se consolidează sau se restructurează.

19. Ce părere ai că trebuie să renunți la toate beneficiile?

Simți că provocările și satisfacția noului post depășesc beneficiile pierdute.

20. Descrie cum crezi că este un mediu ideal de lucru

- Acolo unde oamenii sunt tratați cât mai corect posibil.
- Nu menționa zilele de vineri libere!

21. Cum ai descrie firma actuală la care lucrezi?

companie excelentă, care mi-a permis căpătarea unei experiențe bogate.

Cuantificarea experienței și a realizărilor**22. Ai ajutat la creșterea vânzărilor, a profitului? Cum?**

- Sugerează câteva ocazii, apoi oprește-te asupra uneia și detaliaz-o!
- Prezintă creșterea procentuală a profitului cu fapte și cifre!

23. Ai contribuit la reducerea costurilor? Cum?

- La fel ca mai sus.

24. De câți bani poți vorbi ca profit?

- Fii specific, relatează un anume contract cu fapte și cifre!

25. Câți oameni ai supervizat la vechiul loc de muncă?

- Fii specific - cu cât mai mulți, cu atât mai bine!

26. Ți place să lucrezi cu acțiunile mai mult decât cu vorbele?

- Fii onest, dar pozitiv!
- Nu spune „depinde de acțiuni: ghiont ghiont, clipit clipit.”

27. La actualul loc de muncă sau la cel anterior, ce caracteristici ți-au plăcut mai mult? Mai puțin?

- Rezumă răspunsul la ce poate oferi noul loc de muncă!

28. La actualul sau fostul loc de muncă, care au fost/sunt cele mai importante 5 realizări?

- Te poți referi la realizările principale trecute în CV.

Stilul tău de lucru și obiceiurile**29. Dacă aș vorbi cu șeful tău anterior, care ar spune el că sunt punctele tale forte și slabe?**

Pune accent pe abilități: nu pune accent pe slăbiciunile tale! Este întotdeauna mai sigur să identifici lipsa unei calități sau a experienței ca un defect, decât o caracteristică personală.

30. Poți lucra după termene limită, sub presiune etc.?

- Da. Foarte simplu, este un mod de viață în afaceri.

31. La actualul loc de muncă, ce probleme ai identificat care au fost inițial trecute cu vederea?

- Fii concis și nu uita să spui cum ai rezolvat problemele!

32. Nu crezi că te-ai simți mai bine într-o companie mai mare? Domeniu diferit?

- Depinde de post – explică succint!
- Repetă cum experiența ta anterioară se pretează pentru postul pentru care candidezi în cadrul companiei!

33. Cum rezolvi problemele într-o echipă?

Pentru început, discuți problemele în privat și cu tact. Dacă problema nu se rezolvă, atunci trebuie luate măsuri, ceea ce ar putea însemna eliminarea unui membru al echipei.

34. Care a fost decizia cea mai grea pe care a trebui să o iei?

- Încearcă să rezumi răspunsul la situația viitorului loc de muncă!
- Nu menționa situația când a trebuit să alegi între Emmy Lou și sora ei geamănă, Scarlet O'Hara! Sau să porți cravata roșie sau albastră la interviu.

Întrebări legate de salariu**35. Ce salariu îți dorești?**

- Răspunde cu o întrebare, de exemplu „care este salariul unei poziții similare în compania dvs.?”;
- Dacă ei nu răspund, atunci dă o cifră (cam cât crezi că valorezi).

36. La ce sumă te aștepți, dacă îți oferim acest post?

- Fii atent! Valoarea pe piață a postului respectiv ar putea fi răspunsul cheie, de exemplu: „Am înțeles că un post ca cel pe care-l oferiți valorează cam...”

37. Ce fel de salariu meriți?

- Dacă ai ceva în minte... nu ezita!

Întrebări legate de personalitate**38. Care a fost ultima carte pe care ai citit-o? Film văzut? Evenimentul sportiv la care ai participat?**

- Vorbește despre cărți, sport sau filme care să reprezinte echilibrul în viața ta!
- Limitează-te la ceva clasic!

39. Cum ți-ai descrie personalitatea?

- Echilibrat.
- Corect, onest, de încredere, prietenos etc.

40. Care sunt punctele tale forte?

- Prezintă cel puțin 3 care să aibă legătură cu firma angajatoare sau cu postul oferit!

Leagă răspunsul de nevoile interviuatorului! „Mă văd ca o persoană orientată spre obiectiv...” prezintă cum în postul anterior ai obținut rezultate superioare celor stabilite.

41. Care sunt punctele tale slabe?

- Nu spune că nu ai!
- Încearcă să nu transformi caracteristicile personale în slăbiciuni, dar fii gata să ai unul dacă interviuatorul insistă!
- Încearcă să transformi răspunsul și întrebarea într-un punct forte: „Sunt genul de om căruia îi plac provocările și se implică. Unii oameni văd asta ca pe o întârziere, dar sunt sigur că poate fi văzută și ca un punct forte deoarece vreau să fiu sigur că lucrul este bine făcut”.

Este bine să fii pregătit să răspunzi și la întrebări legate de sănătate, întrebări mult mai tehnice legate de calificările tale, cercetare sau locul de muncă actual, plus alte informații pe care le-ai trecut în CV.

Sursa: e-Jobs

CUM SĂ ÎNLĂTURI STRESUL INTERVIURILOR

Pentru majoritatea celor care își caută un loc de muncă, cuvintele „stres” și „interviu” sunt sinonime. Mai întâi, aceștia sunt stresați cu privire la participarea la interviu; apoi, sunt stresați datorită pregătirii pentru interviu, iar în cele din urmă sunt stresați cu privire la ținută și îmbrăcăminte, la ceea ce vor spune, dacă angajatorii îi vor plăcea sau nu și multe altele.

Dar momentul în care stresul atinge punctul culminant este cel în care candidatul ajunge la interviu. Stresul are o mulțime de efecte asupra oamenilor – îi poate face să tremure, să intre în panică, să vorbească prea mult, să se agite sau să își piardă ideile.

Iată în continuare câteva tehnici simple care te pot ajuta să te liniștești și să te relaxezi când te simți stresat înaintea unui interviu.

Înainte de interviu

Punctualitatea la un interviu este unul dintre cele mai importante aspecte de care trebuie să te asiguri; nu-ți provoacă inutil situații de stres – încearcă să ajungi cu 10 minute înainte de începerea interviului.

Dacă vei ajunge prea devreme, vei aștepta și vei fi îngrijorat, iar dacă vei ajunge prea târziu, va trebui să te grăbești și nu vei avea timp să îți pui ideile în ordine pentru interviu. O pauză înaintea interviului, de 10 minute, îți va permite să îți tragi răsuflarea și să te obișnuiești cu mediul – este suficient timp, fără a fi prea mult.

Imaginează-ți!

Îți poți transforma visele în realitate – folosește-ți imaginația pentru a-ți păstra calmul pe parcursul unui interviu.

Vizualizarea reprezintă o tehnică de relaxare, cu ajutorul căreia îți crezi în minte imaginea unei situații stresante, pe care o rezolvi cu succes. Astfel, te pregătești psihic pentru a face față cât mai bine situației reale.

Poți practica vizualizarea cu câteva zile, ore sau chiar câteva minute înainte de interviu - închide ochii, respiră adânc și imaginează-ți discuția cu angajatorul, fiind încrezător și răspunzând cu ușurință chiar și întrebărilor grele.

Exersează succesul în imaginația ta și curând vei avea parte de el și în realitate.

Relaxează-te!

Un candidat relaxat este un candidat încrezător în propriile capacități.

Demonstrează-i interviewerului că ești calm, liniștit și încrezător pe parcursul discuției cu acesta și te va considera potrivit pentru job.

Iată câteva sfaturi pentru a-ți păstra calmul pe parcursul interviului:

- Respiră rar și adânc (și, desigur, silențios)!
- Stai drept pe cât posibil și nu îți încrucișa brațele sau picioarele, ține-le relaxate!
- Vorbește rar și fă pauze dese de respirație!
- Zâmbește – este contagios!

la pauze, nu intra în panică!

Pe parcursul oricărui interviu se întâmplă ceva care nu decurge conform planurilor tale: fie are loc o pauză prea lungă, în care tăcerea devine apăsătoare, fie te bâlbâi sau nu îți găsești cuvintele pentru a răspunde unei întrebări dificile. NU intra în panică – acum este momentul să aplici tehnicile de relaxare prezentate mai sus!

Este mai ușor să îți controlezi frica și panica pe măsură ce simți că acestea apar, decât să te relaxezi când deja ți-ai pierdut calmul și controlul asupra ideilor. Așa că ia o pauză în momentul în care simți că începi să intri în panică, repetă în gând că poți trece peste acest moment, răsuflă adânc, concentrează-te și reia interviul. O pauză scurtă de numai 10 secunde poate fi exact ceea ce ai nevoie pentru a-ți recâștiga calmul și controlul, iar interviewerul cu siguranță nici nu va observa acest lucru.

Sursa: e-Jobs

MICILE AMĂNUNTE CARE ÎȚI POT SALVA INTERVIUL

Pregătirile pentru interviu pot fi stresante și îți pot ocupa mult timp. Poți pierde zile întregi făcând cercetări asupra companiei, gândindu-te la răspunsurile celor mai dificile întrebări posibile și pregătindu-ți portofoliul.

Cu atât de multe de făcut, poți uita cu ușurință detaliile practice care contribuie la succesul unui interviu.

Iată în continuare micile amănunte care sunt de cele mai multe ori omise de către candidați, în cadrul pregătirii acestora pentru interviu.

Pregătirea „echipamentului” pentru interviu

Pregătește-ți dinainte hainele pe care le vei purta – doar nu vrei ca în ziua interviului să pierzi timp căutând șosetele sau o cămașă curată.

Asigură-te (de preferat cu o zi înainte) că hainele sunt perfect curate și fără o cută și ai grijă și de restul ținutei tale: manichiura îngrijită, pantofii lustruiți.

De asemenea, adună toate materialele importante într-o mapă, pentru a nu uita nimic – poți include chiar și copii ale CV-ului tău și referințe.

Atenție la respirația neplăcută!

Ia o masă ușoară înainte de interviu; un prânz greu digerabil te poate face apatic sau leneș, pe când o masă ușoară sau o gustare te vor asigura că stomacul nu va începe să te roadă chiar în timpul discuției cu interviewerul despre realizările tale profesionale.

Dacă interviul nu are loc în a doua parte a zilei, nu te atinge de alimente precum ceapa și usturoiul. În orice caz, asigură-te că ai o dantură îngrijită și o respirație plăcută înainte de a intra la interviu.

Știi cu exactitate unde trebuie să ajungi?

Ziua interviului nu este momentul potrivit pentru a încerca o nouă scurtătură spre sediul companiei sau pentru a cerceta zona, dacă nu îți este cunoscută.

Asigură-te dinainte că știi cum să ajungi la interviu și, eventual, cu o zi înainte, fă acest drum. De asemenea, află cu precizie clădirea, etajul și eventual biroul unde va avea loc interviul, în cazul unei companii mari.

Dacă ai noroc, vei fi întâmpinat de recepționistă în momentul când vei intra pe ușa firmei și vei fi condus; altfel, va trebui să te descurci singur, așa că asigură-te că știi unde să ajungi.

Fii „ochi și urechi” la tot ceea ce se întâmplă în jurul tău!

Când vine vorba despre interviu, ceva mai multă atenție nu strică.

Poți considera că interviul începe în momentul în care ai ajuns la firmă, așa că fii „ochi și urechi” la tot ce se întâmplă în jurul tău. Oricare din persoanele din jurul tău poate fi chiar interviuatorul, așa că fii foarte atent și comportă-te cât mai bine. Fii amabil și politicos cu toate persoanele pe care le întâlnești, începând cu paznicul de la intrare, până la recepționist(a).

Dacă intri în discuție cu persoane necunoscute, fii cât mai agreabil și politicos – reține că nu este momentul potrivit pentru a te plânge de „mirosul neplăcut de la intrare” sau de cât trebuie să aștepti la lift.

În cele din urmă, dar nu mai puțin important, ține-ți telefonul închis pe parcursul întregului interviu.

SFATURI DESPRE CUM SĂ TE ÎMBRACI LA UN INTERVIU

Prima impresie contează! Fiind față în față cu interviuatorul, acesta te va scruta cu privirea din cap până în picioare, iar ceea ce va vedea poate fi la fel de important ca și ceea ce vei zice.

Ținuta ta trebuie să fie adecvată domeniului în care lucrezi, dar fie că aceasta înseamnă să adopți un look conservator, fie unul creativ, trebuie să arăți ca un adevărat profesionist. Îți poți exprima personalitatea prin ținuta pe care o adopți, dar reține că nu trebuie să te evidențiezi prin aceasta, ci prin calitățile tale și experiență.

Investighează codul ținutei adoptat de firma respectivă!

Pentru majoritatea interviurilor, costumul de business este o ținută potrivită.

Dacă nu ești sigur dacă ar trebui sau nu să porți un costum, poți întreaba recrutorul care este codul ținutei angajaților firmei respective. Totuși, reține că interviul nu poate fi considerat ca o zi obișnuită de lucru în acea companie și trebuie să fii îmbrăcat adecvat acestei situații speciale.

Chiar dacă ținuta adoptată de angajații companiei este cea obișnuită de business sau pur și simplu nu există o ținută obligatorie, tot trebuie să iei în considerare varianta costumului pentru interviu.

De asemenea, trebuie să iei în considerare și faptul că ceilalți candidați ar putea purta costume, iar tu ai putea fi singurul candidat care nu s-a îmbrăcat corespunzător.

Regula de aur: Dacă ești în dubiu, poartă un costum – este mai bine să fii îmbrăcat prea formal decât prea obișnuit.

Aspecte ale modei permise în cadrul interviurilor

Iată în continuare câteva sfaturi care te vor ajuta să faci o primă impresie excelentă intervievatorului, indiferent de domeniul profesiei tale.

Costumele în culori conservatoare, ca de exemplu negru sau bleumarin, sunt o alegere sigură atât pentru bărbați, cât și pentru femei, și pot fi purtate cu cămăși uni (eventual albe), pentru un look profesionist și cu gust.

Îți poți exprima personalitatea într-un mod subtil, prin mici detalii - femeile pot purta o bijuterie aleasă cu gust, iar bărbații o cravată elegantă.

Aspecte ale modei nepermise în cadrul interviurilor

Așa cum există anumite aspecte ale modei permise în cadrul tuturor interviurilor, indiferent de domeniu, există și aspecte nepermise, care ar trebui evitate de către toți candidații, deoarece pot părea neprofesionali.

Pentru femei, fustele scurte sau sandalele nu sunt potrivite pentru niciun interviu. Întotdeauna, acestea trebuie să poarte fuste aproape de (sau care depășesc) nivelul genunchilor, pantofi, obligatoriu cu dres. De asemenea, este bine să evite imprimeurile florale și ținutele în culori puternice.

În cazul bărbaților, costumele cu o croială nepotrivită transmit un mesaj necorespunzător și nu fac o impresie bună asupra angajatorilor. De asemenea, pentru a avea un look profesional, aceștia trebuie să evite cravatele în culori sau modele excentrice, pantofii sport, puloverele pe gât sau tricourile cu mânecă scurtă.

Detaliile întregesc ținuta

Demonstrează angajatorului că esti un perfecționist, fiind atent și la micile detalii. Femeile trebuie să fie atente în această direcție, în special la manichiură, machiaj și geanta pe care o poartă. Unghiile trebuie să fie de o lungime rezonabilă, iar culoarea lacului folosit nu trebuie să fie stridentă. Machiajul trebuie să fie cât mai discret, iar parfumul poate lipsi. Geanta trebuie să se asorteze cu restul ținutei, în special cu pantofii.

Și bărbații trebuie să aibă o manichiură îngrijită. De asemenea, pantofii (lustruiți) și șosetele trebuie să se asorteze cu restul ținutei, iar geanta (sau mapa) trebuie să fie curată și într-o condiție cât mai bună.

Nu trebuie să cheltui mulți bani pentru a avea un look profesional – secretul unei prime impresii excelente constă în alegerea cu grijă a ținutei, fiind atent și la micile detalii.

Sursa: e-Jobs

34 DE GREȘELI ÎN TIMPUL INTERVIULUI

(Din rapoartele a 153 de companii)

1. Înfățișarea neîngrijită
2. Lipsă de interes și de entuziasm
3. Accentuarea aspectului financiar - interesul doar pentru cea mai mare ofertă
4. Criticarea foștilor șefi
5. Neputința de a te uita la interviuator în timpul conversației
6. Strângerea slabă de mână
7. Comoditatea de a nu te duce la interviu
8. Întârzierea la interviu
9. Să uiți să îți exprimi aprecierea față de interviuator pentru timpul acordat
10. Să nu pui întrebări despre postul oferit
11. Să nu răspunzi clar la întrebări
12. Sa fii arogant, foarte agresiv, plin de sine ca și cum le-ai ști pe toate
13. Să nu te exprimi clar: dicție greșită, greșeli de gramatică
14. Să nu știi să îți plănuiești cariera. Lipsa obiectivelor și scopurilor
15. Lipsă de încredere și de siguranță. Nervozitate când ești pus în situații dificile
16. Lipsa de implicare în diferite activități
17. Să nu vrei să începi cariera de la început. Să te aștepti la prea mult, prea devreme
18. Să găsești scuze și motive, să fii evaziv în privința aspectelor nefavorabile din trecutul tău
19. Lipsa de tact
20. Lipsa de curtoazie. Impolitețea
21. Lipsa de maturitate
22. Lipsa de vitalitate
23. Indecizia
24. CV incomplet și neîngrijit
25. Să obișnuiești să pierzi timpul
26. Să vrei joburi pentru perioade scurte de timp
27. Lipsa de interes în compania sau domeniul respectiv

28. Standardele morale discutabile
29. Cinismul
30. Lenea
31. Intoleranța. Să ai prejudecăți
32. Interesul redus
33. Incapacitatea de a suporta criticile
34. Să fii coleric, extrem de iritabil

Sursa: e-Jobs

CUM POȚI OBTINE JOBUL DORIT ÎN URMA INTERVIULUI

De cele mai multe ori, atunci când vrei să obții un job, verifici newsletterul eJobs, te înscrii la cele care te interesează și care îți se potrivesc din punct de vedere al pregătirii tale profesionale, aștepti și să fii contactat și... ești chemat la interviu.

În acest punct însă, pentru tine procesul se oprește și se reia cu o altă înscriere, alt interviu... ce anume are în plus CV-ul tău și îți lipsește în cadrul interviului pentru a obține jobul pe care îl dorești?

Pregătește-ți un plan

Munca ta începe de-abia în momentul în care un potențial angajator te cheamă la un interviu. În afară de a decide ce costum să porți și cum să ajungi la interviu mai devreme, trebuie neapărat să faci cercetări asupra companiei și asupra competiției sale, cu ajutorul motoarelor de căutare (Google, Yahoo etc.). Află ultimele știri și cât mai multe amănunte despre istoria companiei și despre domeniul acesteia.

Apoi, evaluează-ți abilitățile, experiența și aptitudinile creative de soluționare a problemelor – corespund acestea cerințelor postului pentru care candidezi? Ce aptitudini ai pentru *acest* job, de care compania are în *acest* moment nevoie? Pregătește o listă cu idei bine gândite asupra modului în care vei ajuta compania să prospere, să aibă performanțe mai bune sau pur și simplu să realizeze venituri mai mari.

Nu întreba ce poate compania să facă pentru tine

Odată ce ai ajuns la interviu, uită aproape toate sfaturile pe care le-ai auzit cu privire la modul în care trebuie să te „vinzi” angajatorului – lasă-ți calitățile să „vorbească” de la sine.

Pune interviewerului întrebări despre companie și despre nevoile acesteia, în ceea ce privește postul pentru care candidezi. Ascultă cu atenție ceea ce îți spune și încearcă să citești printre rânduri. Răspunde cu entuziasm, dar și cu atenție, cum vei putea ajuta compania și cum poți răspunde nevoilor acesteia.

Spre sfârșitul interviului, poți discuta cu interviewerul câteva din ideile pe care îți le-ai formulat cu grijă înaintea interviului. Interviewatorul va fi impresionat de sărghișta ta și de sinceritatea ideilor tale, atâta timp cât vei evita să fii critic.

Cere oferta

Chiar așa: dacă îți dorești jobul, spune acest lucru cu tact și curaj, fără nicio urmă de disperare în glas.

Iată în continuare trei modalități prin care poți obține oferta din partea angajatorului cât mai curând:

- Vorbește ca și când deja ai obținut jobul, despre lucrurile pe care de-abia aștepti să le faci de îndată ce începi lucrul acolo.
- Întreabă când poți începe lucrul: săptămâna următoare sau peste două săptămâni – punând o întrebare de acest tip, poți obține un răspuns favorabil de la angajator mai devreme decât oferta oficială.
- Pentru cei mai curajoși, așteaptă până când interviul se apropie de sfârșit și fă o afirmație cu un impact puternic despre companie, postul respectiv și calificările pe care le ai – apoi cere oferta și ține-ți respirația pentru răspunsul final.

După interviu, acționează ca un adevărat profesionist

Un interviu de succes poate fi urmat de o ofertă în doar câteva zile, dacă știi să acționezi ca un adevărat profesionist.

Mai întâi, dă un scurt telefon interviewerului pentru a-i mulțumi pentru timpul acordat – dacă nu este disponibil, trimite-i un email. Apoi, trimite-i o scrisoare, bătută la mașina sau scrisă de mână, care să includă câteva idei personale, inovatoare, care ar putea ajuta compania să se dezvolte. Poți include o scurtă documentație – orice ar putea convinge cât de serios dorești să contribui la succesul companiei.

Dacă nu obții un răspuns pentru niciuna dintre aceste încercări într-o săptămână, poți suna interviewerul sau managerul departamentului de HR pentru a-ți exprima din nou entuziasmul pentru acest job; de asemenea, întreabă când anticipează că vor lua o decizie. Așteaptă apoi cu răbdare până la data respectivă și sună după alte două-trei zile pentru a întreba dacă firma a luat vreo decizie în legătură cu jobul. De fiecare dată când îi contactezi, fii politicos și profesional.

Răspunsurile celor mai dificile întrebări în cadrul unui interviu

Le recunoști dintr-o mie – sunt acele întrebări care parcă nu au răspuns. Ce poți face? Nu te bloca, poți da și acestor întrebări răspunsuri potrivite.

Întrebarea despre viitor

Această întrebare este formulată astfel: „Unde te vezi peste cinci ani?”

Cea mai bună tactică: vorbește despre calitățile tale. Nu da prea multe amănunte despre planurile tale concrete de viitor în ceea ce privește cariera. În schimb, poți discuta obiectivele tale profesionale și cum intenționezi să le atingi. Obiective ca de exemplu perfecționarea profesională sau căutarea unor noi provocări în carieră valorează foarte mult pentru angajatori.

Întrebarea despre salariu

Deși se spune că orice ai răspunde acestei întrebări este în dezavantajul tău, acest lucru nu este neapărat adevărat.

Când ești întebat la un interviu care sunt cerințele tale salariale, încearcă mai întâi să eviți cu delicatețe să răspunzi, întrebând la rândul tău cât este salariul pentru poziția respectivă.

Dacă interviewerul insistă să-i spui o sumă, gândește-te la un interval în care aceasta să se încadreze, luând în considerare salariul pe care ți-l dorești, salariul celui mai recent job și salariul standard pentru acest post.

Această întebare este una din cele mai importante, așa că trebuie să îți pregătești un răspuns înainte de a ajunge în fața interviewerului.

Întrebarea „De ce?”

Între a fi încrezător în propriile forțe și a fi lăudăros nu este decât un pas. Dacă ești întebat în cadrul unui interviu „De ce ar trebui să te angajez?”, trebuie să îți prezinți sincer, cu încredere, abilitățile tale, dar să eviți să pari lăudăros.

Pregătește-te pentru această întebare, repetând cu voce tare în fața oglinzii care sunt abilitățile și capacitățile tale profesionale. De exemplu: „Sunt o persoană integră”, „Sunt o persoană sociabilă și mi-am facut de-a lungul timpului multe relații în acest domeniu”, „Îmi urmăresc obiectivele cu convingere”. Chiar dacă la început o să îți fie greu să te lauzi singur, după câteva repetiții, vei părea sincer.

Întrebările ciudate

Dacă ai fi un copac, care ar fi acesta? Dar dacă ai fi o mașină? Sau un animal?

În primul rând, ceea ce trebuie să faci este să nu intri în panică – ia o pauză și respiră adânc. Apoi, amintește-ți că nu există un răspuns „corect” pentru astfel de întebări, iar faptul că ai alege un plop sau un stejar nu prezintă importanță pentru jobul pe care îl dorești.

Interviewatorii, prin aceste întrebări, urmăresc să observe cum te descurci în situații imprevizibile și sub presiune. Nu este important ce fel de copac (sau mașină, sau animal) alegi, dar contează felul în care îți motivezi opțiunea, astfel încât să îți fie favorabilă.

Așa că, alege un plop – pentru că îți dorești să atingi culmi nebănuite în cariera ta, sau alege un stejar – deoarece scopul tău este să ajuți compania să prindă „rădăcini”. Și nu uita – oricare ar fi alegerea ta, va fi foarte bună!

Sursa: e-Jobs

E RÂNDUL TĂU ACUM SĂ PUI ÎNTREBĂRI ANGAJATORULUI

Spre sfârșitul interviului, angajatorul te va întreba, cu siguranță, dacă ai nelămuriri sau dacă ai vreo întrebare pentru el. Aceasta este cea mai ușoară întrebare care ți se poate pune în cadrul unui interviu, iar răspunsul tău trebuie să fie întotdeauna afirmativ.

Punând întrebări interviewerului, îi arăți că ești interesat de jobul respectiv, că ești la curent cu postul și cu domeniul respectiv și, cel mai important lucru, îl poți convinge că ești un candidat excepțional.

Totuși, trebuie să îți alegi cu atenție întrebările, în funcție de persoana care te interviează.

O întrebare excelentă pentru un recrutor poate fi nepotrivită pentru un manager al departamentului de HR. Doar nu vrei să pui posibilului tău viitor șef o întrebare care mai degrabă s-ar potrivi unui viitor coleg.

De asemenea, sunt anumite întrebări pe care nu ar trebui să le pui niciodată în cadrul unui prim interviu, indiferent de persoana cu care ții interviul: NU întreba despre salariu, concedii sau orice alte avantaje, deoarece ai putea parea mai interesat de beneficii decât de companie.

În continuare, iată câteva întrebări valabile oricărui angajator:

Recrutorul - persoana care cunoaște întregul proces de angajare

Datoria recrutorului este aceea de a identifica cei mai buni candidați și, de asemenea, de a-i ajuta pas cu pas în procesul de recrutare – el este persoana care cunoaște întregul proces și care îți poate da detalii despre companie, departament sau job. Păstrează însă pentru manager întrebările concrete despre job.

Iată câteva întrebări pe care i le poți adresa recrutorului:

- Cum ați descrie cultura organizațională a companiei?
- Ce fel de angajați tind să exceleze în această companie?
- Puteți să îmi dați câteva detalii despre procesul de recrutare?

Managerul de Resurse Umane – viitorul tău șef

Dacă obții jobul, cu siguranță vei fi supravegheat de Managerul angajator – acesta este persoana care cunoaște cele mai multe despre jobul la care te-ai înscris și cerințele acestuia. Îi poți pune întrebări specifice jobului la care te-ai înscris, ca de exemplu legate de responsabilitățile și provocările acestuia sau de tipul candidatului ideal pentru job.

Iată câteva întrebări pe care i le poți adresa managerului angajator:

- Care este candidatul ideal pentru acest job?
- Care sunt cerințele jobului?
- Care este următoarea poziție în cadrul ierarhiei companiei, pentru cineva care ocupă acest job?

Managerul executiv - expertul în domeniu

Senior-managerii și executivii sunt, cu siguranță, cei mai buni cunoscători ai domeniului companiei. Dacă urmează să ocupi un post asemănător ca importanță cu al acestora, poți pune întrebări concrete despre domeniu. Ideal este ca majoritatea întrebărilor pe care le pui să fie în legătură cu viitorul companiei – aceasta este șansa ta să te afirmi ca un bun cunoscător al domeniului respectiv.

Iată câteva întrebări pe care i le poți adresa managerului executiv:

- Cum considerați că va evolua această industrie în cinci ani?
- Care sunt avantajele companiei asupra competitorilor săi?
- Care sunt obiectivele companiei?

Colegul de serviciu – persoana cea mai obiectivă

Unele interviuri vor include, de asemenea, o întâlnire cu un posibil viitor coleg, care este cel mai indicat pentru a-ți da detalii despre job, fiind cel mai obiectiv în legătură cu provocările și mediul de lucru. Totuși, nu te aștepta să primești informații din interiorul firmei și nici nu cere astfel de detalii.

Iată câteva întrebări pe care i le poți adresa potențialului coleg de serviciu:

- Cum arată o zi obișnuită în acest departament?
- Cum ați descrie mediul de lucru din companie?
- Care este partea cea mai atractivă a acestui job? Care sunt provocările jobului?

Sursa: e-Jobs

INTERVIUL. TIPURI ȘI TRUCURI

„Peste două săptămâni, sunt programat pentru un interviu de angajare. Ce m-ar ajuta câteva șmecherii, ca să fiu gata de asta... Este primul interviu, pentru care mă simt nepregătit și chiar un pic descurajat. Dar am avut noroc să fiu chemat la interviul asta... Acum, că e așa o perioadă de criză, trebuie să îi conving neapărat să mă angajeze. Pe mine, nu pe altcineva. Aș face jobul asta și pe gratis, o bucată de vreme, numai să nu mai stau acasă, fără să fac nimic. Dar oare fac față? Am auzit că e foarte greu să intri la firma asta și, dacă intri, apoi nu mai ai nici zi, nici noapte... Dar primul lucru pe care trebuie să-l fac acum este să iau interviul. Dar e nedrept, o persoană necunoscută, evident răuvoitoare, care nu va vrea să îți dea șansa să demonstrezi cât de bun și de util poți fi tu companiei unde, de altfel, persoana respectiva este un simplu angajat, îți va face un interviu dificil. Și da, de fapt, se teme de concurență, se teme că, dacă tu vei fi cel ales, în scurtă vreme șeful cel mare o să vadă că tu ești mult mai competent decât cel care te-a adus în firmă și evident de aia o să te respingă și o să-ți facă o grămadă de mizerii, o să se comporte cu tine execrabil. Mai bine, nu mă duc la interviul ala, că sigur nu-l iau, că am auzit că recrutorul de la ei e foarte dificil și decât să nu-l iau, mai bine nu mă duc. Ce să caut eu, de fapt, în compania aia? Toată lumea știe că și dacăiei interviul, nu rămâi acolo decât dacă te dai bine cu șeful sau, și mai rău, știi tu...”

Ce sfaturi bune ai putea primi, dacă te-ai afla în situația de mai sus? Cine te-ar putea îndruma dacă ai mai avea două săptămâni până la interviul care te-ar putea duce spre ocuparea unui post foarte important; acel post va determina o schimbare esențială în statutul tău: din șomer, în angajat. Ce poți să mai faci, în timpul acela scurt care mai este până când niște persoane necunoscute, în mod prezumtiv împotriva ta, îți vor hotări soarta?

La aceste întrebări poți răspunde și singur, cu o documentare ușoară, în momentul acesta, pe internet; îți poți răspunde, de asemenea, cu ajutorul unui consilier de carieră. Întrebările de mai sus sunt uneori normale, altele exagerări ale unei rețineri evidente față de provocările unei situații de nouitate.

Când un angajator, din orice domeniu de activitate, și-a arătat interesul pentru tine, asta înseamnă că profilul profesional pe care i l-ai

prezentat a avut câștig de cauză în fața a cel puțin alte câteva zeci. Trebuie să conștientizezi faptul că o convocare la interviu înseamnă că ai trecut, în termeni sportivi, de faza grupelor și că te-ai calificat în șaisprezecimi. Înseamnă că scrisoarea de intenție și CV-ul pe care l-ai prezentat și-au făcut treaba extrem de bine, că experiența ta anterioară se apropie de descrierea jobului și că profilul tău corespunde din multe puncte de vedere nevoilor postului pentru care ai candidat.

Scopul exact al interviului este acela de a determina în ce măsură candidatul, adică tu, corespunde nevoilor angajatorului. Angajatorul a hotărât, pe baza informațiilor existente în CV și în scrisoarea de intenție - eventual pe baza recomandărilor, dacă acestea au fost cerute înaintea interviului -, să îți ofere ocazia de a arăta, pe viu, care este motivul pentru care ești cel mai potrivit pentru poziția respectivă. Nu uita totuși că interviul poate să fie o confirmare, dar și o negare a compatibilității profilului tău de candidat cu cel al postului scos la concurs. Candidatul perfect nu este aproape niciodată angajatul ideal. Ca atare, angajatorul va căuta să determine, la sfârșitul întrevederii cu tine, dacă tu ești alesul, dacă tu ești persoana capabilă să răspundă cât mai multora dintre exigențele postului. Va încerca să stoarcă totul de la tine, să te cunoască, atât din punct de vedere profesional, cât și personal, să-ți testeze limitele, să-ți identifice și să-ți exploateze atuurile. Va încerca să-ți evalueze caracterul, experiența de muncă și experiența de viață, relațiile, capacitatea de adaptare. Confirmarea supozițiilor celui care te-a chemat la interviu înseamnă pentru tine ocuparea postului dorit; infirmarea echivalează cu un eșec.

Prezentarea la interviu poate determina stări de anxietate, neliniști, întrebări. Dar pregătirea în vederea oricărui interviu de angajare este absolut necesară. A ști că nici alții nu stau mai bine decât tine nu îți dă vreo siguranță, așa că mai degrabă te informezi și te antrenezi înainte.

Marea problemă pe care eu am identificat-o, ca specialist în consiliere de carieră, mai ales pe piața muncii din România, este că, deși bazele teoretice sunt mult mai accesibile tuturor, de când cu evoluția internetului, experiența necesară pentru a participa la un interviu cu șanse de reușită se face mai degrabă empiric, din propriile încercări, și nu din ale altuia. Tot mai multe persoane știu unde să găsească informații despre cum se face CV-ul, despre cum trebuie să arate scrisoarea de intenție, despre cum să te prezinți la interviu. Vivat Google! Definești termenul de căutare și s-a rezolvat problema. Dar

experiența de unde o capeți? O variantă este să mergi la mai multe interviuri, să faci greșelile normale și apoi să stai să le analizezi. Dar de ce să analizezi greșelile tale, când poți să le analizezi pe ale altora? Și de ce neapărat să le analizezi pe ale altora, când ai putea să le analizezi pe ale tale, într-o ipostază virtuală? N-ar fi mai simplu să te duci la un training, să te pui în pielea personajului (tu, candidat la postul de ce știi tu să faci mai bine) și să te antrenezi pentru „marea provocare“?

Știi principiul „teoria ca teoria, dar practica ne omoară“; pentru o mai bună înțelegere a celor câtorva povestioare despre „**cum să te prezinți la interviu**“, e necesară însă o scurtă prezentare teoretică a conceptelor legate de interviul de angajare.

Pleacă de la ideea că fiecare lectură a unui material de tipul acesta, fiecare „eșec“ pe care îl ai la un interviu de angajare, fiecare experiență dobândită în „confruntarea“ cu un angajator, fie el fictiv (în cazul unui trainer) sau real (în cazul unui HR manager sau al unui director, patron, angajat), poate să fie baza unui succes viitor, poate să facă diferența între „admis“ și „respins“ când e vorba de angajare.

În primul rând, voi vorbi despre **tipurile de interviu** definite pe piață; trebuie să menționez că, în funcție de tipul interviului, strategia care trebuie abordată este diferită, nu în esență, ci în detalii.

Un recrutor de la o importantă firmă de recrutare a resurselor umane (nu le dăm numele, din motive de reclamă) spunea, la un moment dat, într-o conferință, că pentru fiecare poziție, de la cele mai puțin importante la cele de top, primește zeci și chiar sute de CV-uri și de scrisori de intenție. De aceea, era mai ușor pentru el să facă recrutare pentru Top Management, unde lista de candidați este foarte scurtă, chiar dacă responsabilitatea recrutorului este mai mare, decât pentru posturi de middle management sau pentru poziții de execuție ale unor companii mari. Pentru că, spunea el, după ce sunt eliminate CV-urile necorespunzătoare (care nu îndeplinesc criteriile minimale – studii, experiență, diferențe vizibile între profilul candidatului și cel al postului oferit, diferența de localitate etc.), tot rămâneau numeroase persoane în „lista scurtă“. Ca urmare, singura variantă este de a face o preselecție, este aceea de a apela la **interviul prin telefon**, acesta funcționând, de asemenea, ca **pre-interviu**. Foarte mulți candidați uită de acest aspect și, dacă ar fi puși în situația de a fi sunați de pe un număr necunoscut și de a fi întrebați despre lucruri legate de cariera lor, nu ar fi capabili să

se detașeze de locul în care sunt prinși (în metrou, pe stradă, la o cafea cu prietenii etc.) și nu ar răspunde corespunzător situației, ratând această etapă, fără să știe de ce.

Un interviu normal poate să dureze între o jumătate de oră și o oră, atât timp fiind necesar unui recrutor să își facă o impresie despre tine. Niciun recrutor nu va fi extrem de fericit să descopere că, bazându-se exclusiv pe scrisoarea de intenție și pe informațiile din CV, a pierdut timpul programându-te la o întâlnire. Și atunci logica spune că, decât să te cheme, pierzând și timpul tău și pe al lui, mai bine te sună și verifică multe dintre supozițiile sale în ceea ce te privește. Ca urmare, anumite informații despre tine, care fie sunt sub semnul întrebării, fie țin de zona care poate fi verificată și la telefon, sunt validate încă de la primul contact audio.

O poveste în acest sens am auzit-o de la o studentă de la Limbi străine, care și-a depus CV-ul pe unul dintre site-urile de profil din țară (cu www...jobs.ro, evident), candidând pentru postul de însoțitor de grup, pentru o agenție de turism din București. Pe scurt, descrierea jobului era: *„student în an terminal sau absolvent de facultate, cunoscător de franceză și italiană, nivel avansat, pentru slujbă part-time – 3-4 ore pe zi – pentru însoțire grupuri de străini în vizite la obiective turistice din București; posibile deplasări de 1-3 zile, în special în weekend, în zone turistice din țară. Constituie avantaj cunoașterea unei a treia limbi”* Studenta **A.M.** a depus CV-ul, însă în același timp a depus CV-uri pentru multe alte poziții: secretară, asistent director, consilier de vânzări etc. – posturi care cereau engleză sau franceză, specializări studiate de ea la Facultatea de Limbi și Literaturi Străine – cu speranța că va fi chemată la interviu. Trebuie menționat faptul că **A.M.** nu avea nicio experiență de lucru relevantă, nu mai fusese angajată niciodată, singurul avantaj personal era că, pe lângă cele două limbi studiate, engleză și franceză, știa italiană și spaniolă la nivel conversațional, lucru pe care îl precizase în CV.

Urmarea a fost că, într-o dimineață, după vreo săptămână de la depunerea CV-ului, în jurul orei 8.30, când încă dormea pentru că avusese noapte de club înainte, a fost sunată de cineva care s-a recomandat ca fiind Adi, care are numărul de la o cunoștință comună, prietena ei, Ioana, care i-a spus că ea, **A.M.**, știe italiană și că el are un client italian cu care nu se înțelege deloc, care face deja scandal prin firmă, pentru că șeful cu care trebuia să se întâlnească nu a venit și,

dacă e dispusă, să vorbească un pic cu el să îl lămurească ce vrea persoana respectivă. A.M. a acceptat să îl ajute pe Adi, prietenul loanei, deși nu se lămurise încă cine era loana, prietena ei, și cu atât mai mult Adi. După o conversație de circa cinci minute cu un domn care vorbea italiana cu un puternic accent regional, Adi revine, A.M. explicându-i, în rezumat, care erau problemele italianului; Adi îi spune că de fapt a fost un test, ca urmare a CV-ului pe care l-a depus în urmă cu ceva vreme și că ar dori ca restul discuției să se poarte în franceză, cu condiția ca ea să mai fie interesată de postul respectiv. Evident, discuția a continuat în franceză, a răspuns și la câteva întrebări în engleză, despre experiența sa din timpul facultății, despre alte activități care au inclus limbile străine, despre pasiunea de a călători și despre modul în care a ajuns să cunoască italiana și spaniola.

Din ceea ce mi-a povestit A.M. despre experiența ei, am identificat caracteristicile unui pre-interviu trecut cu succes, urmat de stabilirea unui interviu față în față. Date fiind abilitățile ei lingvistice, dar și calitățile ei de comunicare, A.M. a fost angajată, inițial part-time și ulterior full-time.

Scopul trucului la care a apelat primul recrutor, Adi, a fost de a testa, în primul rând, calitățile lingvistice ale studentei; însă nu numai acestea puteau fi testate la telefon. Și anumite detalii legate de capacitatea de comunicare, experiența anterioară, motivațiile, hobbyurile care ar putea avea legătură cu jobul pentru care aplici, cunoștințele generale legate de domeniul din care face parte acesta, dacă știi sau nu ceva despre societatea și comunitatea în care ar trebui să te integrezi sunt aspecte la care vă puteți aștepta să dați răspunsuri la un pre-interviu prin telefon. Uneori, acest pre-interviu poate să devină 90% din interviul propriu-zis, ultimul având doar rolul de a pune față în față actorii și de a lămuri unele aspecte procedurale.

Dacă ești în situația de a susține un pre-interviu telefonic, trebuie să știi deja câteva lucruri:

■ **Pre-interviul telefonic este la fel de important ca interviul propriu-zis;**

■ Dacă tocmai te-a trezit din somn și nu ești persoana care să fie capabilă să comunice informațiile esențiale în aceste condiții, mai bine roagă-l pe cel care sună să revină;

■ Dacă ești la volan sau în tren și nu poți vorbi sau nu te poți concentra suficient asupra subiectului, de asemenea roagă-l să revină

sau să îți permită ție să revii, când vei avea cadrul corespunzător; este opțiunea lui să îți dea numărul de telefon ca să suni tu sau te va suna el ulterior;

■ Dacă ești într-o altă întâlnire sau dacă îți dă mâncarea în foc, de asemenea, mai bine amâni convorbirea.

Recrutatorul de mai sus nu și-a început interviul într-o manieră formală, pentru că, evident, intenția lui era să testeze și alte zone ale personalității subiectului: capacitatea de adaptare la o situație nouă, capacitatea de comunicare, nivelul lingvistic etc. Sunt însă și interviuri telefonice formale, care urmăresc lămurirea anumitor aspecte ale CV-ului, în așa fel încât să determine chemarea sau nu a candidatului la interviu. Site-ul unei cunoscute universități din Anglia recomandă, în astfel de situații, să îți imaginezi că, de fapt, ești în aceeași cameră cu interlocutorul, că îl ai în fața ta și că totul decurge ca la un interviu obișnuit; fă toate lucrurile pe care le-ai face dacă discuția s-ar derula în biroul lui: așază-te confortabil, relaxează-te, fii energic, manifestă-ți entuziasmul, accentuează cuvintele.

Tot ca resursă web, se pot identifica întrebările cele mai uzuale, în astfel de cazuri; ca urmare, ne putem imagina cu ușurință o conversație cu un astfel de interlocutor, sub forma „ascunsă” a unui ghid de conversație pentru astfel de situații:

„– Bună ziua, sunt dl. X, de la întreprinderea/societatea/instituția Y. Puteți vorbi câteva minute?”

– V-am sunat ca să vă comunicăm faptul că scrisoarea de intenție și CV-ul dvs. pe care ni le-ați trimis pentru a candida pentru poziția de ZZZ ne-au trezit interesul.

– Am avea nevoie de câteva precizări asupra unor informații pe care scrisoarea dvs. de intenție și CV-ul trimise pentru ocuparea postului de ZZZ le cuprind.

– În CV-ul dvs. precizați că sunteți vorbitor de franceză/italiană/spaniolă etc. Pot să vă rog să îmi răspundeți la câteva întrebări în limba respectivă?

– Am dori să verificăm câteva din informațiile pe care dvs. le-ați trecut în CV.

– Cum spuneți că se cheamă programele de calculator în care ați lucrat la cealaltă firmă?

– Câți ani de experiență aveți în domeniul acesta?

– Cunoașteți situația actuală a întreprinderii /societății /instituției noastre, față de concurență?

- Cine v-a spus aceste detalii? De unde le-ați aflat?
- Cunoașteți vreo persoană printre angajații întreprinderii /societății /instituției?
- Cum credeți că vă va afecta acest lucru?
- De ce vă interesează un astfel de post?
- Vi se pare că postul acesta este potrivit aptitudinilor dvs.?
- Ce anume vă interesează, în primul rând, la angajarea pe acest post?
- Care au fost opiniile prietenilor, când au auzit că doriți să vă angajați la noi?
- Care e cea mai mare provocare pe care o vedeți în raport cu postul pe care noi îl oferim?
- Spuneți în CV că aveți competențe și abilități sociale /organizatorice /artistice. Dați-ne un exemplu concret în care aceste abilități s-au manifestat.
- Cum v-au ajutat competențele și abilitățile sociale /organizatorice /artistice la care faceți referire în CV la fostul loc de muncă?
- Aveți întrebări pe care ați dori să ni le adresați, înainte de a participa la un interviu cu noi?“

Întrebările pe care le-am enumerat mai sus nu sunt, evident, tot ceea ce poate întreba un recrutor la telefon; de aceea este foarte important să ai pregătite anumite răspunsuri, pentru că cele pe care le știi deja îți vor da mai mult timp de gândire și de reacție.

În ultimă instanță, telefonul îți va permite trucul cel mai sigur pentru a câștiga timp de gândire, dacă întrebarea pe care recrutorul ți-a adresat-o te-a pus în dificultate sau formularea la care te-ai gândit nu e cea mai fericită și mai avantajoasă pentru tine: „Mă scuzați, vă rog tare mult, nu am înțeles foarte bine întrebarea, s-a întrerupt, puteți să mai repetați încă o dată?“ Trucul ăsta e de preferat să fie păstrat pentru situații chiar grele, pentru că repetarea lui de mai multe ori pe parcursul aceleiași discuții nu îți va aduce beneficiul scontat: fie recrutorul va avea impresia că nu stă de vorbă cu persoana care trebuie, pentru că acea persoană care avea acel CV perfect care îl determinase să sune are de fapt probleme de receptare a mesajelor, fie linia telefonică nu funcționează la parametri normali și ar fi bine să închidă.

De obicei, interviul prin telefon se încheie într-o notă amabilă, prin comunicarea deciziei de a fi chemați la interviul față în față sau prin comunicarea unei posibile convocări ulterioare:

„– Vă mulțumim pentru timpul acordat și pentru informațiile pe care ni le-ați pus la dispoziție. Dacă decizia noastră este să vă acceptăm candidatura, veți fi informați în câteva (două, trei, cinci) zile.

– Vă mulțumim pentru timpul acordat și pentru informațiile pe care ni le-ați pus la dispoziție, care au fost relevante. Ne-ar plăcea să ne vedem peste două/trei/cinci zile, la sediul nostru din (XZY), pentru a continua discuția. Vă convine ora (XZY)?”

Evident, dacă primești primul tip de enunț, nu ai ce face decât să aștepți, dacă îl primești pe cel de-al doilea, ar trebui deja să te gândești cum răspunzi la unul dintre interviurile care urmează.

Interviul de grup (denumit și **Interviu Panel**) este acel interviu în care candidatul este confruntat cu o comisie de interviuare; mai mulți interlocutori, între trei și cinci (deși pot să fie și mai mulți uneori), reprezentând diferite departamente ale firmei angajatoare, pot interoga candidatul asupra diferitelor aspecte legate de domeniul lor de activitate. După părerea unora, acest tip de interviu este comun în special domeniilor de activitate publice (universitate, autorități publice locale și centrale, unități cu acționariat majoritar de stat etc.); motivația ține, în primul rând, de prevederi legislative, angajarea făcându-se ca urmare a evaluării candidaților de către o comisie formată din cel puțin trei membri și un secretar.

Dar și în companiile private se apelează deseori la interviuri de grup. Putem vorbi de acele companii din domeniul bancar, corporații, firme aparținând unor lanțuri de retail, supermarketuri, care recrutează un număr mare de personal, la perioade variabile de timp. De asemenea, șansa ca primul tău interviu să fie unul de grup este foarte mare, pentru că acest tip de abordare a recrutării este caracteristic companiilor care doresc să angajeze proaspăt absolvenți de universitate sau studenți în ani terminali, pentru stagii de internship plătite. Surpriza constă însă în faptul că nu numai recrutorii sunt mai mulți, ci și candidații pot fi mai numeroși. Nu cred că la primul interviu, sau chiar la al patrulea sau al șaptelea, candidatul intră relaxat în sală, cu o cafeluță și un biscuit în dotare, îi eclipsează pe toți ceilalți și pleacă victorios cu contractul semnat pe perioadă nedeterminată. Trebuie să te gândești că intri într-o sală unde, pe lângă cei trei, cinci, șapte recrutori care au sarcina de a selecta candidații ideali, mai sunt și douăzeci sau treizeci de candidați

care vor, de fapt, același lucru ca și tine: să plece acasă cu un loc de muncă asigurat. Interviu în grup poate testa o grămadă de abilități ale candidatului.

Să luăm pe rând, cele două cazuri de care vorbeam mai sus.

Avem, în prima situație, **un grup de recrutori (format din cel puțin trei persoane) și un candidat**. Candidatul va răspunde în fața unei comisii, fiecare membru al comisiei adresând mai multe întrebări. E posibil ca fiecare membru al respectivei comisii să aibă un rol bine stabilit, să adreseze anumite întrebări, să testeze și să observe anumite lucruri, interesante din punctul de vedere al angajatorului. Singura problemă pentru tine, candidat, într-un astfel de caz, este că habar nu ai care este rolul fiecăruia și ce trebuie să scoată ei de la tine.

Am auzit de foarte multe ori, în discuțiile pe care le-am avut cu studenții și cu colegi de facultate, că preferă interviul de grup pentru că decizia de angajare este comună și mai puțin susceptibilă de a fi subiectivă; că decizia în grup nu este influențată de sentimentele personale (simpatie sau antipatie). Într-adevăr, este un lucru extraordinar, o să merg acasă și **o să fiu extrem de fericit** că nu am fost respins la interviu pentru că nu m-a plăcut directorul general, cu care m-am întâlnit, ci m-a respins o comisie căreia nu i-a plăcut faptul că aveam cămașă roșie.

Părerea mea, în astfel de cazuri, este că, dacă va avea de ales între două persoane care, din punct de vedere profesional și din punct de vedere al compatibilității cu postul ce urmează a fi ocupat sunt egale, acea comisie formată din mai multe persoane va hotărî tot pe criterii subiective cine e „ALESUL”. Am participat de câteva ori la procese de recrutare, ca membru într-o comisie de angajare; de foarte multe ori, am auzit:

„– Dintre cei doi, l-aș prefera pe X, pentru că mi s-a părut mai ZZZ decât celălalt.

– Cred că Y este mai bun decât X, pentru că YZY.

– Nu mi-a plăcut de Z, vorbește ciudat și nu e atent.”

Lăsând la o parte chestiunea subiectivității, interviul în grup presupune anumite particularități. Voi prezenta mai jos cazuri concrete, unul pe care l-am găsit pe un blog specializat, pe care îl voi adăuga într-o traducere aproximativă, și unul cu care m-am confruntat personal.

Ca urmare, primul caz, al unui absolvent de studii superioare dintr-o țară europeană: „Crezi că ai putea să iei un cocktail cu tine la un interviu și să pleci cu slujba în buzunar? Ei bine, pentru mine a fost diferența dintre anonim și a ieși din mulțime, în cadrul unui interviu în grup. Cum însă toată lumea avea același scop acolo, lucrul asta nu a fost chiar simplu. Revenind la cocktail și la experiența mea într-un interviu de grup: la sfârșitul unui interviu de grup istovitor care a durat vreo șase ore, care a început cu șizeci de oameni, am fost unul dintre cei cinci care au primit un loc de muncă. Deci: fiecare trebuia să țină un discurs de trei minute; am decis să spun că pentru mine este ca un cocktail în care amestec toate calificările mele, toate competențele mele, toate aptitudinile mele și că acest cocktail are toate atributele necesare pentru a ocupa cu succes postul pentru care candidam.

De ce cred eu că a funcționat? Pentru că, evident, discursul a fost memorabil, mai degrabă pentru comparația cu cocktailul decât pentru el însuși; dar a fost, evident, memorabil. **Dacă nu ieși în evidență în timpul unui interviu în grup, te vei pierde în mulțime.** Nu poți să iei cu tine un cocktail, în timpul unui interviu de grup, așa că ar trebui să te gândești cum ai putea să îi impresionezi pe cei care te intervieveză. Am fost totalmente nepregătit pentru următoarea întrebare de calificare adresată de unul dintre membrii comisiei: «Care este culoarea ta preferată și de ce?» Am răspuns, emoționat și dezorientat, încercând să îmi recapăt calmul și capacitatea de a gândi lucid: «Argintiu. Îmi place extraordinar de tare argintiu. Chiar îmi plac lucrurile strălucitoare.» Mi-am dat seama mai târziu că ar fi trebuit să explic că am avut ceva experiență în vânzarea de electronice și asta m-a făcut să îmi placă să am pe lângă mine lucruri argintii sau cromate.

O altă întrebare care mi-a fost adresată a fost: «Care consideri că este cea mai mare realizare a ta de până acum?» Mi-am dat seama, într-o clipă, că nu e bine să răspund ca cei de dinaintea mea: că am terminat liceul, că am obținut note mari la matematică, că am intrat printre primii la facultate. Și am răspuns: «Faptul că încă mai țin legătura cu prietenii mei din liceu, faptul că ne vedem cel puțin o dată pe săptămână și că încă ne ajutam unii pe alții, când e cazul. Mi-am dat seama că a fost un răspuns potrivit, când unul dintre recrutori mi-a cerut să dau mai multe detalii, să povestesc mai mult despre întâmplările noastre.»

Analizându-și prestația până la capăt, studentul, să îi spunem John, mai identifică numeroase alte situații care l-au avantajat în timpul

interviului pe care l-a susținut și l-a câștigat: faptul că, de la un anumit moment încolo, nu a mai avut emoții pentru că și-a dat seama că nu-l ajută; faptul că era foarte sigur pe experiența lui profesională anterioară și, ca urmare, a avut răspunsuri prompte la orice întrebare; sinceritatea cu care a abordat conversațiile etc.

Ca set de reguli de aplicat într-o astfel de situație, John ne recomandă:

- să profităm de orice ocazie pentru a ieși în evidență din grup, fără a leza pe altcineva;

- să prezinți de câte ori ai ocazia atuurile tale profesionale și educaționale;

- să ne păstrăm calmul;

- să răspundem clar și concis la orice întrebare adresată, dar fără să ne grăbim (a se vedea răspunsul de mai sus);

- să nu încercăm să „creăm” un personaj eroic din noi, ci să ne prezentăm așa cum suntem, pentru că recrutorii cu experiență își pot da seama de înșelăciuni și de falsuri;

- aveți grijă la interacțiunile cu ceilalți candidați, pentru că și ele pot fi element de evaluare;

- interviurile în grup pot dura ore întregi; menajați-vă forțele, fără însă a vă sustrage de la vreo activitate cerută;

- uneori, interviurile în grup presupun jocuri de rol; prin acestea vi se testează capacitatea de a lucra în echipă și abilitatea de a rezolva probleme; în astfel de situații, trebuie să te implici sincer și să spui ce crezi;

- dacă decizia spre care se îndreaptă grupul nu este cea pe care o considerați oportună, nu vă feriți să vă manifestați opoziția; faceți însă acest lucru dând argumente și oferind soluții, nu doar prezentând obiecții;

- amintiți-vă că uneori se testează capacitatea de muncă în echipă; dacă nu vă integrați în echipa respectivă, e posibil să pierdeți interviul;

- jocul de rol poate testa și capacitatea de lucru sub presiune, precum și anumite abilități native (intuiția, de exemplu); trebuie deci să exersezi înainte cu niște prieteni, dacă nu ai făcut când erai mic cursuri de actorie.

Aș adăuga aici că nu prea există rețetă pentru succes, în cazul interviului în grup de tipul celui descris mai sus; mai degrabă succesul este dat de capacitatea de a merge pe sârma subțire care leagă

individualitatea ta creativă de agresivitatea necesară pentru a deveni vizibil. Este linia călăuzitoare care se trasează între capacitatea de a lucra cu alții și cea de a acorda ideile unui grup cu ale tale.

Cel de-al doilea caz de interviu în grup pe care îl prezint este al unui fost student de anul I, absolvent acum de Litere. L-am rugat, cu ceva vreme în urmă, să îmi povestească, pentru o broșură de prezentare a facultății, cea mai relevantă experiență pe care a avut-o în cadrul unui interviu de angajare. Am primit o poveste de câteva pagini, pe care o voi comprima, din motive de spațiu.

Voi rezuma portretul studentului, la momentul în care se susținea interviul, precum și unele dintre trăsăturile relevante pentru persoană și pentru job: C.M. este student în anul I la Facultatea de Litere a Universității din București. Nu avea experiență anterioară deosebită și nici nu se remarcase în vreun domeniu de activitate. Se remarcă totuși o colaborare lungă cu un radio de provincie, care emitea local în orașul reședință de județ. Cea mai mare realizare fusese un interviu realizat cu solistul unei trupe de muzică foarte renumite din Anglia, aflată în turneu în București. Are cunoștințe medii despre muzică și candidează pentru postul de redactor la un radio bucureștean, care dorea să se relanseze pe piață; relansarea fusese anunțată printr-o campanie de publicitate susținută și se dorea înprospătarea grilei de programe și aducerea de voci noi în eter. Și acum povestea: „*Am rătăcit ceva vreme pe lângă statuile de la Universitate. Pe de o parte, pentru că nu știam sigur care este intrarea și, pe de alta, pentru că mă reținea ceva să merg să candidez pentru așa o slujbă. Nu mă simțeam destul de bun ca să fac trecerea la o slujbă adevărată. Mai lucrasem înainte, știam ce-s alea butoane, știam ce e aia să te apuci să vorbești în microfon și să nu mai apuci să respiri sau, mai rău, să uiți brusc ce spunea, să îți se rupă șirul gândurilor. Acum, eram chiar nesigur pe mine. Nu mai fusesem la un interviu de felul asta și aveam niște emoții de ziceai că o să fac infarct. Așteptam, de fapt, să văd pe altcineva care intră și care apoi iese cu o față de învingător; așteptam confirmarea unuia din exterior care să mă facă să capăt convingerea că e mai bine să plec, pentru că oricum nu am ce căuta acolo. N-am avut noroc. Nu a ieșit nimeni. După vreo oră și ceva de stat pe trotuar și învârtit pe loc, cu CV-ul în mână (nu se făcuse depunere prealabilă a CV-ului), identific pe încă unul care arăta cam ca mine: cu părul lung, blugi, cămașă, bocanci ușori, de vară, la trei kilograme unul și, mai ales, niște hârtii cam la fel de bine păstrate ca ale mele. Deci, clar, cineva din concurență. Mă apropii și întreb: «Și tu*

tot la Radio T, pentru interviu?» El, uitându-se ciudat la mine: «Da, tot la Radio T» Și eu atunci, victorios, pentru că găsisem motivație: «Păi să intrăm, atunci.»

Am intrat, am urcat pe niște scări înguste până undeva în podul clădirii unde erau birourile. Deși ulterior am mai fost acolo și totul mi s-a părut normal, atunci mi se părea că e întuneric și că pică peretele pe mine. A.M. - cum am aflat mai târziu că se numea - cântăreț cu trupă în spate și ceva mai multă experiență, mă împingea înainte, deși nici el nu părea mai breaz decât mine. Am ajuns sus, ne-am înscris pe listă, erau deja vreo treizeci, dar deja trecuseră peste vreo douăzeci. Cald, transpirasem rău de tot, deși acum cred că din cauza emoției. Am așteptat încă vreo oră și jumătate până mi-a venit rândul și de cel puțin zece ori mi-a venit să fug de acolo. Dar, pe de altă parte, îl cunoașteam deja pe A.M. Făcusem front comun și îi analizam pe cei care ieșeau. Toți ni se păreau mai buni ca noi, dar niciunul nu avea curajul să zică «Eu plec». Așa că am rămas. Am intrat primul, într-o cameră de 3x4 metri maxim, în care erau vreo cinci persoane. M.B. - despre care știam foarte multe, dată fiind notorietatea lui, fiind în același timp patronul radioului și șeful redacției -, N.S. editor-șef, precum și o doamnă, care știu că era acolo cu o treabă, dar despre care nu am aflat ce rol avea. După „bună ziua” de rigoare, M.B. mi-a strâns mâna și mi-a zis să iau loc, N.S. mi-a întins mâna și mi-a zâmbit. Eu, ca un gentleman, m-am dus să dau mâna și cu doamna, ca să nu rămână ea nesalutată; doamna s-a uitat lung la mine, mi-a strâns mâna și mi-a zis pe voce scăzută și ușor complice, deși era clar că o să audă toată lumea din cameră: «Să știi că, de fapt, doamnele întind mâna prima dată.» Mi s-a urcat, evident, sângele în obraji, m-am fâstâcit, nu mai știam ce să fac, când a intervenit M.B. care a întins mâna după CV și m-a întrebat cu voce blândă, dar evident foarte plictisită: «Și, ia zi, drăguță, știi radio?»

Mi-au pus o grămadă de întrebări pe care nu mi le mai amintesc, în principiu despre cum ajunsese eu să fac radio acasă, pentru că eram ca hipnotizat. Deși cei doi vorbeau cu mine și eu le mai și răspundeam, nu am reușit să îmi desprind privirea de la doamna respectivă, care, culmea, nu m-a întrebat nimic. După vreo șapte minute de întrebări, care mie mi s-au părut șapte ore, M.B. m-a expediat ușor: «Du-te și fă proba de voce, că, altfel, văd că gramatică știi. Dacă Gigi zice că intri, vii de luni la lucru, dacă nu - ne pare rău.» N-am luat proba de voce, n-am ajuns la radio, dar am avut cu ce să compar toate interviurile pe care le-am dat de atunci încoace. Și nici A.M. n-a luat interviul. Tot pentru că nu avea voce de radio.

Greșeli pe care C.M. n-ar fi trebuit să le facă:

– să meargă la interviu fără să știe foarte clar care este profilul postului;

– să își manifeste nesiguranța și starea de stres exacerbată; o variantă ar fi fost să ceară câteva momente de păsuire, până și-ar fi revenit, sau să se concentreze asupra persoanei pe care o consideră cea mai favorabilă, fără a neglija cursul normal al dialogului;

– să se concentreze exclusiv asupra unei persoane; a privi în egală măsură pe toți cei care sunt la masă, concentrându-se cu preponderanță spre cel care a pus întrebarea, este regulă de bază pentru interviul în grup;

– să îi fie frică și să intre în sala de interviu dominat de emoții și transpirat;

– să se raporteze la un alt candidat; când intri într-un interviu, ceilalți sunt concurenții tăi firești, și în niciun caz nu vor să îți devină aliați (diferență evidentă față de jocul de rol, cu mai mulți contracandidați, unde trebuie să dai totul pentru a ieși bine echipa, pentru că atunci o să ieși și tu bine).

O altă experiență interesantă e cea care urmează, de asemenea a unui angajat englez: *„Ceea ce urmează e mai mult o «experiență de interviu» decât o analiză a unui interviu; s-a întâmplat acum câțiva ani, când am fost interviuat pentru o poziție de formator, de către un grup de trei recrutori. Unul dintre interviuatori stătea direct în fața mea, să zicem la poziția orei 12.00, un altul la poziția 9.00, în stânga mea, și celălalt la dreapta mea, în poziția orei 15.00 de pe ceas. Eu eram la mijloc, în centrul cadranelor ceasului. Toți membrii comisiei erau la aproximativ patru metri de mine. A fost clar pentru mine că fiecare dintre ceilalți doi interviuatori, alții decât cel cu care vorbeam, lua notițe, observând și dând calificative, ca să se asigure, fără îndoială, că limbajul trupului nu era în conflict cu răspunsurile mele. Am menținut tot timpul contactul vizual cu persoana care îmi vorbea. Mi-au adresat întrebări pe rând. Nu puteam să văd persoana de la ora 15.00, când vorbeam cu persoana de la ora 9.00, dar eram atent și la persoana de la ora 12.00. Când am fost invitat să stau jos, mi-am dat pe loc seama de psihologia din spatele așezării locului unde trebuia să se țină interviul și nu le-am permis să mă domine. Am primit postul și am trecut acest interviu la categoria «experiență de viață».*

Este evident că poziția de formator pentru care candida personajul presupunea o experiență anterioară fix în genul acesta de evenimente;

ca urmare, recrutorii au găsit o modalitate de a-l scoate din tipar, încercând să controleze situația și să păstreze poziția de avantaj pe care le-o dădea relația cu candidatul.

Rezumând, în interviul panel candidatul este intervievat în fața unei comisii; aceștia îi sunt adresate mai multe întrebări, din ariile de interes ale fiecăruia; deși numărul mare de întrebări poate să pară un dezavantaj, în realitate tipul acesta de interviu poate evidenția complexitatea necesară pentru ocuparea postului dorit.

Nu se poate vorbi de eficiență sau ineficiență a acestui tip de interviu, deși mulți, inclusiv eu, cu ceva timp în urmă, îl consideram a nu fi varianta optimă; motivul era legat de posibilitatea apariției unor confuzii, de inducerea unei stări de agitație și de nervozitate în rândul candidatului/candidaților. De fapt, e vorba de scopul pe care și l-a propus recrutorul când a ales un tip de interviu panel; dacă recrutorii consideră necesar, fiecare candidat va fi întrebat ordonat de fiecare membru de comisie câte ceva, apoi va fi expediat afară, în așteptarea unui rezultat. Sau unul dintre membrii comisiei va fi chiar agresiv, ajungând să enerveze orice candidat ar avea în față, testând capacitatea de adaptare la situație, de exemplu.

Alte două tipuri de interviu sunt ilustrate de povestirea următoare:
„La jobul ăsta despre care o să povestesc acum am aplicat fără să îmi acord în sinea mea vreo șansă reală. Primeam oferte de muncă de la câteva site-uri de profil și le verificam mai mult ca să nu spun că nu o făceam, nu aveam intenții serioase. Jobul acesta mi-a sărit în ochi din cauza numelui companiei, îi cunoșteam foarte bine produsele. Bună motivație, nu? Am trimis CV-ul care, între noi fie vorba, nu era foarte atent prelucrat, însă era foarte detaliat. După cum am mai zis, nu mă așteptam la cine știe ce. În mediul meu era foarte populară concepția potrivit căreia la companiile mari te angajezi numai dacă ai «pile», iar anunțurile sunt postate pentru că așa cer politicile impuse de afară. Eram deci destul de sigură că postul acela era deja dat, însă m-au sunat și m-au programat la interviu.

Îmi aduc aminte și acum că era după-amiază și că îmi bătea inima ceva de speriat. Nu mai fusesem la un interviu de multă vreme, nu știam la ce să mă aștept, nici măcar nu aveam conturat în minte un plan de discuții! Am rămas în sinea mea fidelă convingerii «nu ai nicio șansă», așa că am purces cu emoții, datorate numelui companiei și situației în sine. La companie (avea sediul într-o clădire șmecheră de birouri) mă

aștepta o față atât de simpatică și plăcută ca prezență, încât am și uitat că am venit acolo cerând un job! Mi-a povestit un pic despre companie, despre cerințele postului, am povestit și eu ce făceam și ce nu făceam la firma la care lucram, am întrebat câte ceva în plus despre companie, despre posibilitățile de avansare în organigramă, despre atmosfera de lucru și m-am trezit stând de vorbă o oră despre te miri ce. Nu am simțit că sunt la interviu, m-am simțit stând la palavre cu o nouă amică.

Nu-mi este foarte clar acum dacă m-a programat atunci pentru următoarea etapă a recrutării, cea a testării cunoștințelor, sau m-a sunat la scurt timp pentru asta. Știu însă că în momentul în care am fost programată pentru pasul doi, am început să cred că aș putea obține jobul ala.

Etapă cu testarea cunoștințelor a fost ceva mai formală, dar nu foarte. Am primit o cafea într-una din ceștile din care o beau și acum și îmi aduc aminte că i-am zâmbit kolegei care mi-a dat cafeaua (care atunci era foarte sobră - na, mă vedea prima dată!). Am primit foile cu teste de specialitate, un calculator și o urare de succes. Mi s-a pus la dispoziție o oră în care să mă desfășor. După asta am așteptat să văd dacă și ce se mai întâmplă. Am primit la câteva zile telefonul care mă anunța că am trecut testul de cunoștințe și că sunt invitată la interviul final, cu directorul economic. Inutil să spun că aproape mă vedeam angajată.

Interviul a decurs frumos, fără stres și apăsare, fără interogatoriu. M-a surprins înfățișarea directorului economic, o femeie care arăta, în plină vară, departe de imaginea pe care mi-o făcusem despre genul acesta de poziție în ierarhii corporatiste. Avea (are încă) o prezență foarte feminină, chiar dacă avea totuși și ceva din sobrietatea poziției pe care o ocupa. Am avut cu ea o discuție plăcută în care mi s-a spus ce a fost ok și ce a fost mai puțin ok la testul meu, mi s-a explicat cum decurg procesele în compania respectivă, am fost întrebată dacă din domeniul meu este ceva ce aș prefera să nu fac. Am insistat un pic pe niște atribuții pe care le aveam la firma la care lucram și îmi amintesc că am vorbit foarte mult la persoana întâi plural. Privind în urmă acum, sunt destul de sigură că acesta a fost detaliul care a făcut diferența - persoana întâi plural. Nu a fost ceva deliberat, eram cu adevărat implicată sufletește și asta se vedea. Asta mi-a dat «notă de trecere».

Am acceptat postul, pentru că era un uriaș pas înainte pentru mine. De la o afacere mică, de familie, la o multinațională. Și, uite, în felul ăsta am devenit corporatistă.“

Este vorba, după cum se vede, de **interviul multiplu (interview în șir)**; una dintre etape este similară **interviului de testare a cunoștințelor**. După cum reiese și din povestire, tipul acesta de interviu e caracteristic corporațiilor. Persoanele care participă la interviu, din partea companiei, sunt mai numeroase, reprezentând compartimente diferite (resurse umane, PR, contabilitate, direcția economică, directorul general etc.). Întâlnirea are loc în aceeași zi sau în zile diferite și fiecare etapă a interviului are loc sub coordonarea unei alte persoane.

Deoarece dezvoltarea resursei umane și fidelizarea acesteia e o politică a marilor companii, se testează de cele mai multe ori, pe lângă caracteristicile necesare îndeplinirii cerințelor prevăzute în fișa postului, și capacitatea de integrare în grup și abilitățile de comunicare.

Interviurile de testare a cunoștințelor nu prea pot fi exersate în prealabil. Teste psihologice, teste de abilități matematice, teste de limbi străine se pot găsi pe internet, dar nu știu cât ar ajuta un candidat. Acele teste nu spun decât ceea ce e adevărat despre tine, care e situația ta în momentul testării. Dacă nu știi engleza sau nu ai noțiuni de contabilitate sau nu știi să lucrezi pe calculator, nu cred că ajută să exersezi; mai simplu e să înveți și apoi să aplici la o astfel de slujbă.

Scris de Marian Crăciun

CUM ÎMI ALEGI UN TRAINING POTRIVIT?

Voi discuta în acest articol despre cum ar trebui să-ti alegi un training potrivit, mai ales atunci când este vorba despre o alegere individuală. Oriunde navighezi pe internet, vei da peste o sumedenie de traininguri cu diferite teme, diferiți traineri, diferite locații și diferite prețuri. Într-un articol viitor urmează să prezint despre cum ar trebui să alegă o companie un training, însă acum ne vom opri la o persoană care dorește să se perfecționeze.

Întrucât trainingurile nu au întotdeauna cele mai mici prețuri, sunt convins că îți dorești să faci o alegere bună, să consideri că banii dați au meritat și că, într-adevăr, trainingul te-a ajutat. Cum noi suntem o companie de training, analizăm concurența și uneori suntem uimiți de lucrurile care se scriu pe anumite site-uri. În același timp, culegem și feedbackul celor care participă la unele traininguri. Nu mică îți va fi mirarea să observi că ceea ce se scrie pe site-ul de prezentare nu prea are legătură cu ce se întâmplă în training. Întrucât participarea la training nu este un serviciu pe care-l consumi în fiecare zi, pe care-l cunoști foarte bine, alegerea devine foarte greoaie, pentru că nu cunoști exact ce cumperi.

Plecând de la această premisă, aș dori să le dau câteva avertismente participanților, care au legatură atât cu trainingul în sine, cât și cu alegerea făcută.

1. Dacă vrei preponderent o acumulare de cunoștințe, investiția cea mai potrivită ar fi câteva cărți bune, nu un training.
2. Dacă vrei dezvoltare durabilă, lucrul intens cu persoana ta, atunci alege coachingul.
3. Trainingul este un instrument ce prezintă o serie de tehnici, responsabilitatea practicării ulterioare revenindu-i participantului.
4. Niciun training nu te face manager la minut, negociator la minut, sau te dezvoltă spunând un abracadabra.
5. Trainingul îți oferă startul în domeniu, oricare ar fi el, însă, fără un efort ulterior pentru a testa și a pune în practică cele învățate, investiția în training este inutilă.
6. Responsabilitatea pentru cele ce se întâmplă în training îi revine atât trainerului, cât și participantului; trebuie să fie un open mind și să ridici probleme pertinente.

7. Dacă ai idei fixe la care nu ești dispus sub nicio formă să renunți, scoate-ți un cunoscut la bere, e mai ieftin, nu trebuie să mergi la un training să plătești o taxă de participare și să chinui 20 de oameni.

8. Ai grijă la ce te aștepti de la un training, pentru că s-ar putea să se împlinească. Dacă participi la un training plecând de la premisa că nu vei învăța nimic, nu mică să-ți fie surprinderea că așa se va întâmpla. Acest lucru se datorează poziției mentale pesimiste, care nu dă voie unei procesării autentice a ceea ce se întâmplă la un training.

9. Trainingul oferă un cadru limitat, un laborator în care sunt prezentate idei, testate tehnici și dezvoltate abilități, având limitele lui - este un laborator.

10. Participantul are acces la un volum mic de informație teoretică în stare brută, în mare parte trainingul se bazează pe aplicații practice; pentru mai multă informație brută se recomandă bibliografie (cel puțin așa ar trebui să fie, însă acum nu garantez că toate companiile fac așa)

11. Așteaptă-te să înveți ceva practic! Dacă nu este așa, trage-l pe trainer de urechi în timpul trainingului.

12. Este de dorit ca participantul să fie deschis la nou, însă așteaptă-te să găsești în training o persoană care va face „opozitie” permanentă la ceea ce spune trainerul, la ceea ce spui tu sau la ceea ce spun ceilalți participanți. Acceptă-l, dar în același timp canalizează-te asupra obiectivelor tale de învățare. Nu are rost să îți pierzi timpul.

13. Trebuie să înțelegi că oamenii vin la un training să se perfecționeze, nu să-i perfecționeze pe ceilalți participanți sau pe trainer. Dacă este așa, încearcă o carieră de trainer sau de profesor.

Avertismentele pot continua. Este drept, poate am exagerat puțin, însă nu strică niciodată să fii puțin prevăzător și să fii într-adevăr conștient de ceea ce poate oferi un training și ce nu. Este ca și cum ți-ai cumpăra o mașină și te-ai aștepta să nu fie nevoie să o conduci. La fel și în training, ți se oferă mașina, ți se dau instrucțiunile de folosire, se face școala de șoferi cu tine, apoi mașina te va duce la destinație doar dacă știi să o conduci și dacă ai învățat suficient de bine. Este drept, îți poți lua șofer; atunci mai bine trimiți șoferul la training J Glumeam!

Trecând mai departe de aceste argumente, sunt 5 lucruri de care trebuie să ții cont atunci când îți alegi un furnizor de training:

1. Tematica pusă în discuție; îți recomand să o citești și să vezi dacă într-adevăr îți este folositoare

2. Vechimea companiei poate fi de asemenea un indicator al nivelului.

3. Trainerul care va prezenta. Cine este? Ce-a mai făcut înainte? Este la prima experiență? A mai ținut traininguri? Încercă un search pe Google cu numele trainerului.

4. Află ce spun clienții companiei, de pe site-ul lor, de pe forumuri sau de la cunoscuți.

5. Un search pe Google cu numele companiei nu strică. Observă care este vizibilitatea companiei, care îi sunt partenerii; e posibil ca un marketing bun al companiei să fie un indicator al serviciilor.

Aceste 5 motive de mai sus sunt cumulative și interdependente. Cu cât aveți mai multe informații despre fiecare dintre punctele de mai sus, cu atât puteți lua o decizie într-adevăr în cunoștință de cauză.

Scris de Marian Rujoiu

DESPRE RECUNOAȘTEREA DIPLOMELOR ȘI CÂT DE MULT TE AJUTĂ UN TRAINING?

Trainingul este o formă de pregătire la care apelează tot mai mult persoane în ultima vreme? De ce se întâmplă acest lucru? Merită să mergi la un training? Ce training trebuie să-ți alegi? De cine sunt recunoscute diplomele?

Este o certitudine faptul că educația formală acoperă doar o parte din pregătirea necesară unui individ cu ambiții. Pentru a reuși într-adevăr, trebui să începi să investești în tine, mai exact trebuie să investești în dezvoltarea ta personală, să-ți testezi capacitățile și să-ți dezvolți abilitățile practice!

Un training de calitate, bine pregătit, oferă cursanților posibilitatea de a acumula cunoștințe practice pe domenii specifice într-un timp foarte scurt, oferă posibilitatea de a interacționa și socializa și constituie totodată un cadru în care își pot testa și exersa abilitățile.

O să fiu sincer cu dumneavoastră. Vânătoarea de diplome nu este o soluție pentru cei care vor să aibă o carieră de succes. Angajatorii aruncă o privire pe lista de diplome a celor dornici de a se angaja, însă contează în primul rând ceea ce știi să faci. Astfel la întrebarea „Ce știi sa faci?” mulți încep să ridice din umeri. Soluția este aceea de a ne concentra pe anumite domenii și de a ne dezvolta capacitățile. Revenind la problema diplomelor, acestea sunt un început, demonstrează pentru un angajator intenționalitatea aplicantului de a se dezvolta într-un domeniu sau altul. Pentru a avea un job bun, pentru a putea promova mai apoi, trebuie să investești în dezvoltarea ta.

Sunt traininguri organizate de instituții publice care sunt fără taxa de participare; costurile sunt suportate de instituțiile publice (ex: ASS, ANSIT, ANT) iar cele organizate de instituții private pleacă de la 30 de euro până la câteva sute de euro, în funcție de companie, unele ajungând chiar la câteva mii. De exemplu trainingurile organizate de noi costă în medie 60 de euro.

Cât valorează diplomele mele?

De regulă, sunt două versiuni atunci când vine vorba de recunoașterea diplomelor. Prima dintre ele ar fi că nu contează decât

diplomele eliberate sub egida Ministerului Educației și Cercetării (diplomele eliberate de universități sau cele în colaborare cu Consiliul Național de de Formare Profesională a Adulților). A doua versiune este aceea care spune că orice diplomă contează.

Ambele viziuni de mai sus suportă de o anumită deficiență și anume: cine nu recunoaște aceste diplome sau cinele le recunoaște? Acest termen de „recunoscut” sau nu din păcate nu face o referire la situația practică a unei diplome.

O diplomă o trecem într-un CV, iar despre recunoașterea sau nerecunoașterea acesteia se poate vorbi doar într-un singur moment: la ANGAJARE sau la PROMOVARE. Prin urmare, a discuta de recunoașterea sau nerecunoașterea unei diplome înseamnă a pune problema în termeni greșiți. Este drept că de această formulă uzitează mai ales instituțiile publice, întrucât este singurul lucru pe care-l au pentru că de regulă le lipsește calitatea (sunt și excepții, desigur).

Răspunsul corect privind recunoașterea este unul foarte simplu: **o diplomă demonstrează INTENȚIA ta de a te perfecționa din punct de vedere profesional și personal**. Diploma nu certifică nici că știi, dar nici că nu știi! O să exemplific acest lucru atât din perspectiva mediului public, cât și a celui privat.

În mediul privat, un CV bun (cu multe diplome) te poate ajuta să ajungi mai repede în fața potențialului angajator. Cel mai probabil acesta va concluziona că ești o persoană preocupată de dezvoltarea ta personală și profesională. Marea valoare și recunoaștere a diplomelor se operește însă când ai ajuns la un interviu, când te trezești cu cel puțin una din următoarele două întrebări:

1. Ce știi să faci?
2. Ce ai învățat la acest training, care figurează în CV-ul tău?

O să observai anumite anunțuri care solicită posesori de CV-uri care au absolvit o anumită facultate. Credeți că acea companie va angaja toate persoanele venite cu acele CV-uri? Știm cu toții că nu! Norocoși sunt aceia care demonstrează că nu au făcut acea facultate degeaba, ci au anumite cunoștințe sau abilități necesare angajatorului. În concluzie, diplomele sau participările te ajută să ajungi la angajator, însă diplomele nu te și angajează.

În mediul public, participarea ta la anumite cursuri sau traininguri este de regulă punctată la activități extracurriculare sau la programe de pregătire prestate de alți furnizori, cum numesc ei.

Prin urmare, dragi cursanți, luați în considerare înainte de a participa la un training întrebarea: cât vă ajută trainingul respectiv. Dacă veți considera că investiția merită, mergeți și urmați acel training.

Să alegeți un training certificat de MEC sau nu?

La această întrebare voi răspunde din experiența companiei Extreme Training. În momentul de față avem acreditarea CNFPA (Consiliul Național de Formare Profesională a Adulților). Vă spun sincer că nu mă interesează să uzitez de acest lucru. Acest fenomen se întâmplă deoarece desfășurarea unui training autorizat CNFPA înseamnă îndeplinirea unor condiții fixate de mediul public - nu mai vreau să vorbesc de vârsta celor care fac evaluările. O „colaborare cu CNFPA” înseamnă să am traininguri de minim 72 de ore și o programă care trebuie să fie autorizată de ei, plus taxe peste taxe și hârtii peste hârtii. Astfel că mi s-a părut mult mai simplu să las sistemul public cu tot cu certificările lui și să ofer calitate, să ofer ceea ce piața muncii are nevoie. Acesta e singurul lucru de care țin cont, anume părerea cursanților și a mediului privat despre cursurile noastre. Părerea personală este că aceste acreditări duc doar spre rigidizarea programei și taxe în plus, nimic mai mult. Răspunsul ferm este: Alege calitatea!

Concluzii cheie

1. O diplomă sau un certificat atestă dorința ta de a te perfecționa!
2. Dacă ai un teanc de diplome nu înseamnă neapărat că ești o valoare!
3. Un număr ridicat de diplome te poate ajuta să ajungi mai repede la un angajator!
4. La un training nu trebuie să mergi pentru o diplomă, ci pentru a te dezvolta personal și profesional!
5. Alege trainingurile în conformitate cu obiectivele tale de dezvoltare!
6. Alege furnizorul în funcție de CALITATE!
7. Participarea la anumite cursuri sau traininguri NU este un COST, ci o investiție durabilă în dezvoltarea ta!

Scris de Marian Rujoiu

CE CAUTĂ DE FAPT ANGAJATORII?

Sunt foarte multe anunțuri în care se caută persoane dinamice, perseverente, cu bune abilități de comunicare etc. Indiferent de profilul jobului, compania urmărește înainte de toate profitul. Cât ar suna de urât, la un nivel mai mic și angajatul dorește același lucru: să facă profit pentru a-și satisface nevoile sau dorințele sale!

Am scris articole legate de lucruri specifice referitoare la modul în care ar trebui să te porți la un interviu, ce ar trebui să spui sau să nu spui în fața unui angajator la un interviu. Cu acest articol vreau să merg puțin mai în profunzime. La un moment dat, chiar am primit o serie de întrebări de la un cotidian privind modul în care poți deveni de neînlocuit la un loc de muncă.

La un anumit nivel lucrurile se intersectează. Înainte de a merge la orice interviu trebuie să fii capabil să răspunzi la patru întrebări fundamentale foarte simple:

- 1. În ce fel consideri că ceea ce știi să faci poate conduce la creșterea numărului de clienți al companiei?**
- 2. În ce fel consideri că prin angajarea ta compania va reuși să mențină actualii clienți?**
- 3. Cât consideri că ar putea crește productivitatea companiei prin angajarea ta?**
- 4. În ce fel angajarea ta poate ajuta compania să economisească bani?**

Sunt patru întrebări simple. Însă în același timp sunt puternice pentru că sunt profund legate de realitatea practică. Având în minte răspunsurile la aceste întrebări, orice angajare sau menținere a unui loc de muncă va deveni mult mai ușoară!

Într-un anumit fel și angajatorul este tot un angajat, al statului însă! La fel ca și angajatul, are de plătit anumite taxe, are anumite cheltuieli fixe și anumite cheltuieli variabile! Profitul este ținta inițială atât a companiilor, cât și a indivizilor! Vine apoi și dorința de dezvoltare sau dorința de a ajuta comunitatea, însă numai după ce ținta inițială (profitul) este îndeplinită.

Dacă nu poți avea răspunsuri precise la cele patru întrebări de mai sus, angajarea ta va fi dificilă. Nu la fel de dificilă va fi înlocuirea ta, dacă nu ai răspunsuri clare la întrebările de mai sus. Chiar și după ce vei fi angajat va fi necesar să-ți revizuiеști abilitățile și atitudinea astfel încât răspunsurile tale la cele patru întrebări de mai sus să fie unele pertinente.

Am o întrebare: tu, ca angajat, ai plăti ratele unei mașini care nu-ți aparține, de exemplu? Cu siguranță că nu, probabil ar fi un semn al nebuniei să preiei cheltuieli ale unor terți cu care nu ai nicio legătură! Mergând mai departe, la fel și o companie va încerca să aibă acele cheltuieli care se pot dovedi a fi investiții! Într-un fel sau altul, cheltuielile curente trebuie să fie în legătură directă cu plusul valoare care se poate reflecta în serviciile aduse clienților.

Cele patru întrebări sunt o provocare! Poți alege să le ignori! Este cea mai simplă și mai comodă variantă, să nu fii însă surprins că la un moment dat nu o să-ți mai găsești un job sau că ești dat afară de la actualul job fără să înțelegi de ce. Un job înseamnă mai mult decât un timp de lucru, înseamnă un plus valoare pe care-l poți aduce.

Aducând acest plus valoare, și nu mă refer la a sta peste program, ci la a găsi căi strălucite de a face mai bine anumite lucruri astfel încât să se poată cuantifica în cifre rezultatul muncii tale, este o provocare pe care o poți accepta sau nu!

Abilitățile tale și atitudinea ta pot fi valoroase numai dacă sunt în legătură directă cu răspunsul la cele patru întrebări pe care le reiau mai jos:

- 1. În ce fel consideri că ceea ce știi să faci poate conduce la creșterea numărului de clienți al companiei?**
- 2. În ce fel consideri că prin angajarea ta compania va reuși să mențină actualii clienți?**
- 3. Cât consideri că ar putea crește productivitatea companiei prin angajarea ta?**
- 4. În ce fel angajarea ta poate ajuta compania să economisească bani?**

Știu că nu este un articol comod, sper însă să-și dovedească utilitatea în activitatea fiecărei persoane care îl citește!

Atunci când vei merge la un interviu și vei fi întrebat diferite lucruri, să ai în minte răspunsurile de mai sus. Degeaba ești o persoană inteligentă dacă nu corelezi inteligența ta cu răspunsurile la cele 4 întrebări! La fel și pentru a-ți păstra un loc de muncă sau a promova, nu-i de ajuns să depui efort maxim sau să stai peste program, ci înainte de toate trebuie să corelezi activitățile tale cu răspunsurile la cele patru întrebări. Cu cât vei avea răspunsuri mai precise pe care le poți aplica, cu atât vei fi mai căutat!

Scris de Marian Rujoiu

7 SFATURI - CUM POATE FI DEZVOLTATĂ O RELAȚIE POZITIVĂ CU ȘEFUL?

Relația pozitivă cu șeful poate fi un plus, pe termen scurt, mediu și lung. Poți beneficia de măritri de salariu, promovări și - de ce nu? - de o atitudine prietenoasă din partea acestuia. Dacă ar fi să vorbim de o diferență între șefii din mediul privat și cei care aparțin de stat, acestea sunt foarte mari.

În sectorul public, problema reclamată de marea majoritate a angajaților este „neprofesionalismul șefilor”, în sensul că se poate dezvolta o atitudine pozitivă cu acesta dacă îl perii și îi spui în fiecare zi ce frumos și deștept este. Aceasta este o cale. Depinde de fiecare în ce măsură poate face sau nu acest compromis. În opinia mea există și excepții, astfel că sper să vă fie utile sfaturile de mai jos.

1. Adaptare, adaptare și iar adaptare!

În mediul privat, în relația cu șeful cel mai important aspect, pe care-l poți îmbunătăți rapid, este **adaptarea la stilul lui de lucru**. Dacă șeful vrea rezultate fără detalii, dă-i rezultate și nu-l mai omorî cu detalii. Dacă șeful tău vrea să fie la curent cu fiecare pas pe care vrei să-l faci, ține-l la curent permanent. Poate ai un șef care este axat pe proceduri, atunci trebuie să te adaptezi, cel puțin pe termen mediu. Dacă ai un șef care inițiază permanent și este în căutare de noi opțiuni în permanență, oferă-i și tu opțiune tale etc. Adaptarea la stilul șefului îți asigură climatul pentru ca rezultatele tale să fie apreciate, îți asigură intrarea pe aceeași lungime de undă.

2. Folosește secretele comunicării verbale și nonverbale!

În plus, mai poți apela la câteva tips&tricks din domeniul nonverbalului și paraverbalului cum ar fi: *încearcă să iei poziții similare cu el, încearcă să vorbești cu aceeași viteză cu care vorbește el, chiar să folosești același ton*. Mai mult de atât, încearcă să-ți dai seama care sunt **valorile șefului** (onestitate, eficiență, randament, comunicare, recunoaștere etc.) și atunci vei avea cheia către sufletul lui.

3. Respectă linia respectului!

Șeful, fie că recunoaște sau nu, în primul rând își dorește **respect din partea angajaților**. Astfel că, oricât de prieten și s-ar părea că ești cu șeful tău, ia în serios sarcinile care ți se dau și du-le cu responsabilitate la îndeplinire, altfel este posibil să te trezești concediat

subit, chiar dacă aveai impresia că vă înțelegeți foarte bine. Practic, nu trebuie să exagerezi dacă șeful îți întinde o mână prietenoasă. Și la nivel de comunicare, din nou, ofer aceeași sugestie, anume să te adaptezi la stilul lui preferat de comunicare (față în față, e-mail, rapoarte scrise etc.)

4. Comunică la timp problemele!

Informarea șefului că nu am putea îndeplini un proiect la timp reprezintă o slăbiciune, în măsura în care informarea este făcută în ultima clipă. **Dacă simți că nu poți duce la îndeplinire un proiect, avertizează din timp, spune care este stadiul și spune-i de ce timp ai mai avea nevoie.** Sau, atunci când te blochezi într-un punct, nu aștepta să vină termenul de predare ca să-i transmiți acest lucru. Informează-l cât de repede și cere-i ajutorul. În mod normal, un șef apreciază onestitatea bine intenționată, însă cu siguranță nu va aprecia că i-ai ascuns zile în șir că ești blocat în proiect.

5. Dă-i veștile „rele” din lateralul lui!

Totuși, dacă ești nevoit să dai o **veste bună** șefului, poți să stai **poziționat în fața lui**, însă dacă îi dai o **veste mai puțin bună**, dă-i vestea stând puțin în **lateralul lui**, astfel încât să nu rămână cu vestea proastă și cu imaginea ta laolaltă în mintea lui. Lasă-l să privească încotro își dorește, numai la tine nu.

6. Fii conștient că nu-i poți schimba mentalitatea!

Sfaturile oferite ar trebui să funcționeze în cazul majorității șefilor, fie ei din sectorul public sau privat. Totuși, sunt șefi care nu au abilități manageriale și **se poate dovedi o muncă de Sisif încercarea de a-i schimba mentalitatea, astfel că trebuie să alegi: ori te adaptezi stilului de lucru al șefului, ori îți cauți un alt loc de muncă, ori aștepti să se schimbe șeful.** Sunt anumiți șefi care nu răspund pozitiv indiferent de ce ai face. De regulă, acești șefi au carențe manageriale, astfel că mulți oameni au hotărât chiar să-și deschidă o afacere sau să-și caute rapid un alt loc de muncă când au avut de-a face cu asemenea șefi! Dacă ești cumva în această categorie, iar „norocul” ți-a scos în cale un șef cu slabe abilități manageriale și de leadership, cel mai rău lucru pe care-l poți face este să te victimizezi.

7. Alege să te adaptezi și să te perfecționezi!

Fiecare om este ceea ce este datorită alegerilor pe care le face, astfel că **primul sfat pe care-l dau este să încerci să te adaptezi**, este

una din condițiile economiei de piață până la urmă. Dacă-ți propui, cu siguranță vei reuși. Dacă ești interesat să dezvolti o comunicare mai bună poți să urmezi cursuri de comunicare, limbaj nonverbal sau negociere. În plus, poți alege să te perfecționezi în domeniul în care activezi fie prin participarea la cursuri, fie prin studiu individual.

Îndiferent de ce alegi să faci, alege să te dezvolti personal și profesional pentru că aceste lucruri vor rămâne pentru totdeauna, indiferent de șefi sau subalterni. Cheia în a te înțelege mai bine cu șeful sau șefa ta este să te adaptezi stilului de lucru! Dacă nu te poți adapta sau dacă nu merită și consideri că adaptarea ta ar fi de fapt o umilire, caută-ți un alt șef, victimizarea nefiind o soluție, pentru că nu conduce la nimic bun!

Scris de Marian Rujoiu

5 SFATURI - CUM POȚI AVEA REZULTATE STRĂLUCITE CA FREELANCER?

Există o bucurie în orice statut ți-ai alege: angajat, freelancer, șomer, investitor sau antreprenor. Acest articol face parte din acest pentagon al rolurilor urmând ca în cazul de față să mă ocup de statutul de freelancer!

Ce este freelancerul?

Freelancer, așa cum termenul o spune, nu este angajatul nimănu, dar nu are niciun angajat! Freelancerii de obicei sunt persoane pricepute într-un domeniu care au ajuns în această situație fie datorită unei conjuncturi, fie datorită unei alegeri conștiente. Freelancerul poate fi un trainer, un grafician, un expert IT, un instalator, un pictor, un cameraman, un fotograf, un copywriter, un consultant în management, un traducător etc. Aproape orice meserie se poate preta acestui statut, nu însă neapărat cu rezultate. Voi răspunde în acest articol la trei întrebări:

1. Care sunt avantajele faptului de a fi freelancer?
2. Care sunt dezavantajele acestui statut?
3. Cum putem avea rezultate strălucite activând ca freelanceri?

1. Care sunt avantajele faptului de a fi freelancer?

Freelancerul este propriul său stăpân! Multe persoane au ales acest statut și nu renunță la el ușor. Sunt chiar mândri că au făcut această alegere! Fie că ești sau te gândești să devii freelancer, este bine să cunoști atât avantajele, cât și dezavantajele acestui mod de a fi! Începem, așadar, cu avantajele:

a) A fi freelancer este un mod de viață

A fi freelancer presupune o alegere care te-ar putea face fericit. Nu ai șef, nu ai angajați! Ești liber de contract! Nu stai cu stresul plătirii unor salarii, nici nu trebuie să dai socolteală în fața șefilor sau colegilor. Ai un domeniu în care ești specializat și-ți poți impune propriul ritm, confortabil ție!

b) Freelancerul este independent

Exceptând eventuale contracte în care este angrenat, freelancerul are posibilitatea să-și creeze propriul program. El hotărăște căror clienți

se adresează, el își alege domeniul de expertiză. Probabil, din anumite considerente, un freelancer este mult mai independent decât o persoană care conduce o afacere! Își poate fixa concediile și poate munci doar două sau trei luni pe an! În rest se poate ocupa de pasiunile lui, de familie, de dezvoltare personală sau orice are chef.

c) Freelancerul se adaptează ușor

Dață atunci când conduci o companie procesul de adaptare la schimbare este mult mai greoi întrucât include procese, oameni și resurse, în cazul freelancerului procesul de adaptare este unul rapid, cu posibile rezultate imediate. El poate decide în orice moment să-și schimbe strategia sau să aleagă noi domenii de specializare! Din acest punct de vedere, el poate fi preferabil companiilor care oferă servicii similare!

d) Freelancerul învață mult și inovează ușor

Cel puțin teoretic, un freelancer bun are ocazia de a interacționa cu oameni și companii diferite. În acest fel el asimilează o experiență și o expertiză pe care le poate multiplica sau replica foarte ușor în cazul viitorilor clienți. Această situație permițându-i să fie mult mai flexibil și mai inovator, poate avea rezultate strălucite.

e) Freelancerul și-a asumat responsabilitatea propriilor rezultate

Ca freelancer dispore discuția că șeful te plătește prea puțin sau că plătești angajații prea mult. Având acest statut vei fi plătit exact pentru munca pe care o depui, nici mai mult nici mai puțin! Freelancerul va putea să-și fixeze singur tarifele și să le crească sau să le scadă după bunul plac, evident ținând cont de piața muncii.

2. Care sunt dezavantajele acestui statut?

Acest statut este frumos, trebuie însă să fim corecți și să vedem și dezavantajele acestuia. Nu putem spune că sunt multe sau puține, însă la fel ca și în cazul celorlalte colțuri ale pentagonului este bine să cunoaștem aceste dezavantaje pentru a le putea contracara mai ușor!

a) Omul bun la toate

Ca freelancer, fie că-ți place sau nu, trebuie să preiei cam toate rolurile existente într-o companie: portar, secretară, casier, finanțist,

agent vânzări, reprezentant marketing, reprezentant PR, dactilograf etc. + meseria ta de bază. Aceste lucruri la un moment dat te pot ține în loc de la a-ți face bine treaba. Poate deveni obositor și uneori neplăcut.

b) Lipsă de venituri constante

Sunt și cazuri fericite în care poți avea o constanță în venituri, însă de cele mai multe ori nu vei avea parte de o asemenea plăcere. Ar trebui să fii salariat pentru a avea venituri constante. Facturile tale te pot presa uneori, ajungând chiar să lucrezi pe tarife mici sub presiunea plății facturilor!

c) Muncă multă

Ca freelancer va trebuie să muncești mai mult, în ciuda aparențelor! Acest punct se leagă de primul dezavantaj și anume de volumul de munci administrative pe care va trebui să-l depui în cazul în care vrei să-ți crești veniturile.

d) Marginalizare

Nu este o situație permanentă, însă este foarte posibilă. O companie de obicei lucrează cu freelanceri pe termen scurt. Pe termen lung ideea de freelancer nu le sugerează seriozitate. Ei preferă o companie care să le livreze serviciile respective. De obicei, o companie are o credibilitate mai mare decât un freelancer, însă, repet, nu este valabil în toate cazurile. De exemplu, dacă ești trainer freelancer, o companie va apela la tine doar atunci când nu are altă variantă. Companiile vor prefera fie să angajeze, fie să lucreze cu colaboratori dedicați lor, și nu freelanceri care lucrează și cu concurența. Prin urmare, poți fi un freelancer bun, însă dat la o parte din considerentele enunțate mai sus.

e) Lipsă suport și expertiză extinsă

Ca freelancer va fi foarte greu să obții suport de la terți. Te poți baza eventual pe prieteni, însă cu măsură. De exemplu, atunci când ești angajat poate prelua un coleg de-al tău anumite sarcini sau te poate ajuta. Te poți sfătui cu ei și cu șeful și vă puteți sprijini reciproc. Puteți pune resursele și cunoștințele în comun și lucrurile devin mai simple. Freelancerul nu beneficiază de acest suport. Totodată, beneficiind de o expertiză restrânsă poți pierde clienți. Un client poate avea nevoie de a, b, c, d și e. Este greu ca o persoană să fie cu adevărat expertă în toate, astfel că o companie va apela la o altă companie care-i poate livra la

pachet întreaga gamă de servicii. Uneori poate e nevoie de un singur lucru, însă în același timp în orașe diferite. Va fi greu pentru un freelancer să se cloneze, astfel că se va vedea în imposibilitatea de a da curs solicitării clientului.

Am răspuns primelor două întrebări, și anume care sunt avantajele și dezavantajele acestui statut. Poate fi frumos atâta timp cât freelancerul își asumă prețul plătit. Poți invidia un freelancer pentru avantajele pe care le are. A fi freelancer poate reprezenta o bucurie nemărginită dacă vei putea să contracarezi din dezavantaje. Freelancerul își poate trăi viața din plin și, cu puțină măiestrie, poate primi bani mulți făcând ceea ce-i place.

3. Trecând la a treia întrebare, și anume „**cum putem avea rezultate strălucite ca freelanceri?**”, se conturează mai multe direcții utile. Poți să le consideri sfaturi, urmând să le alegi pe acelea care sunt mai potrivite situației și nevoilor tale. Vreau să îți amintești că freelancerul se poate bucura de munca pe care o face și poate avea rezultate remarcabile!

Sfatul 1: Alege-ți un domeniu precis de expertiză! Un freelancer bun va fi căutat doar dacă reușește să răspundă unei nevoie precise. Asigură-te că ești bun în ceea ce faci, învață permanent și dezvoltă-te. Ca freelancer mediocritatea nu există. Poți să rezisti doar făcând excelent ceea ce te pricepi cel mai bine!

Sfatul 2: Construiește-ți un personal branding de invidiat! Fă-ți un blog, comunică cu oamenii, participă la întruniri ca invitat sau ca speaker, scrie articole sau chiar cărți pe domeniul tău. Caută căi pentru a fi invitat în emisiuni TV sau radio.

Sfatul 3: Identifică precis cine sunt clienții tăi și încearcă să te promovezi în primul rând în mediul acestora! Nu-ți permiți să investești timp și bani pentru o notorietate în rândul oamenilor care nu reprezintă piața ta țintă. Nișează și du-te direct către ei. Poți rezista având un marketing extrem de precis și extrem de eficient. Clienții tăi probabil au cluburi, asociații, merg la anumite evenimente sau poate sunt grupați în rețelele online precum Facebook sau LinkedIn. Ca strategie, primul lucru (1) ascultă-l exact să vezi care este situația, apoi (2) apreciază-l, (3) discută cu ei și (4) vino cu un plus valoare întotdeauna

și, cel mai important, (5) oferă resurse, soluții și suport! Dacă nu poți aduce un plus valoare pe domeniul tău în discuții, mai bine te lași de meserie. Această schemă este valabilă și în cadrul întâlnirilor deschise, pe blogul tău sau în rețelele online! Pașii trebuie urmați în ordinea enunțată!

Sfatul 4: Evită capcana expertizelor multiple! Vei pierde din valoare dacă vei încerca să răspunzi nevoilor clienților asemenea unei firme. Nu vei putea să faci excelent acel lucru! Nu vei putea fi niciodată un mecanic strălucit, un trainer bun și un designer de excepție. Alegând o abordare multiplă, clienților le va fi greu să te găsească. Trebuie să fie un singur domeniu și un singur cuvânt care să te reprezinte. Dacă ești solicitat pe mai multe domenii unde nu excelezi, mai bine refuzi, este singura cale de a-ți păstra brandul intact. Dacă nu faci față problemelor administrative, poți să-ți iei un secretar care să te ajute, dar nu mai mult. Dacă ai o rețea de clienți pe care crezi că o poți valorifica eficient, poate ar fi mai bine să demarezi o afacere și să te înconjori de oameni cel puțin la fel de buni ca și tine.

Sfatul 5: Fii serios! Poate cumva se subînțelege din sfaturile de mai sus, însă am vrut să fiu precis aducând în discuție acest aspect separat. Faptul că nu ai șefi sau angajați în fața cărora să dai socoteală înseamnă că ai clienți! Reziști doar dacă ești serios și se pot baza pe tine. Fă întotdeauna ce-ai promis că faci, nu promite mai mult decât poți, nu fă rabat de la calitate, mergi la întâlniri la orele stabilite, dă ce-i mai bun din tine fără să ai rețineră că e prea mult sau nu merită! Fiecare client este unic, respectă-l și respectă-i nevoile. Fii discret și nu povesti altor clienți sau cunoscuți problemele pe care le-ai găsit în firma X sau Y. Poți problematiza fără să nominalizezi. Nu deveni arogant, judecă mai puțin clienții și, dacă poți, ajută-i. Nu intra în concurență cu alți freelanceri, intră în primul rând în concurență cu tine și încearcă să te autodepășești de fiecare dată depășind așteptările clienților.

Sfaturile de mai sus nu sunt limitative. Mai pot fi adăugate, eu le-am ales pe cele pe care eu le-am considerat importante. La fel și lista avantajelor și dezavantajelor poate fi extinsă. Unii oameni devin freelanceri pentru că li se potrivește acest statut. Alții au ales acest statut de nevoie, poate pentru că au fost dați afară de la serviciu sau au demisionat. Sunt și alții care au ales acest rol întrucât nu au vrut să treacă la povara conducerii unei afaceri. Oricare ar fi calea prin care ajungi freelancer, important este ce vei face odată ajuns aici! Reține, nu

ești cu nimic mai presus decât un angajat sau un antreprenor, poți fi mai presus doar față de tine ca persoană cu fiecare proiect pe care-l desfășori.

Închei oferindu-vă definiția din Wikipedia a termenului de freelancer:

*„Un **freelancer (lucrător freelance)** este o persoană care lucrează independent, care desfășoară o profesie fără un angajament pe termen lung cu un angajator. Termenul de «**freelancer**» a fost inventat de Sir Walter Scott (1771-1832) în romanul istoric Ivanhoe pentru a descrie un «războinic medieval mercenar» (sau free-lance). A fost recunoscut oficial ca verb în 1903 de către diferite autorități în etimologie, cum ar fi Oxford English Dictionary.”*

La ce vă duce cu gândul istoria acestui cuvânt?
Îți doarec multă baftă!

Scris de Marian Rujoiu

Nu știi încotro să o apuci? Te ajutăm noi!**MANAGEMENTUL OBIECTIVELOR – STUDIU DE CAZ**

Mai jos sunt spicuri dintr-un e-mail primit de Extreme Training. Îți recomand să citești acest articol și să tragi acele învățăminte cheie din el, fie că te afli în aceeași situație, fie că nu te afli!

„În liceu, în afară de baruri și petreceri nu prea am realizat nimic. În tot acest timp am știut foarte clar că eu voi merge la Drept și voi fi avocat. Simt și acum că așa fi unul foarte bun și asta o spun nu ca să par demagog, ci pentru că așa simt. Însă, pe parcursul anului I din facultate, am înființat o firmă cu un prieten, care, sigur, nu a mers prea mult, după aceea altă firmă care a mers bine, dar, din cauză că nu aveam nici eu nici prietenul cunoștințele necesare, a dat faliment și acea firmă. Eu am intrat în organizația studențească, pe una am și condus-o. Nefiind președinte, am dat dovadă de creativitate, am strâns repede un grup de oameni operaționali în jurul meu, am realizat proiecte ample.

Momentan mă ocup de manageriat trupe. Merge bine, doar că este greu să mă abțin câteodată să nu spun ce gândesc, să obțin prețul vrut și alte chestii mai mici.

Cea mai mare problemă a mea, după mine: focusul, atitudinea (cred că atitudinea este cea mai mare problemă pentru că înglobează termenul «mai multe departamente» care trebuie reparate) și modul de gândire. La ce m-am gândit că m-ar ajuta este un plan bine definit prin care să fie precizat: așa așa și așa trebuie făcut; astea trebuie citite, astea trebuie repetate, încercate, testate și toate astea în atât timp. Vă rog să spuneți o părere despre acest e-mail, poate dacă aveți cumva și o hartă sau un drum spre o hartă. Vă mulțumesc anticipat!”

Răspunsul meu la această „problemă” îl găsiți mai jos și sper să găsiți deosebit de util diagnosticul pentru persoana în cauză, căreia, cu permisiunea dumneavoastră, nu o să-i menționez numele.

Vă spun sincer că inițial acest e-mail mi s-a părut mult prea complex. La a doua citire am avut însă o revelație, să spun așa. Ca de obicei, o să încerc să fiu cât se poate de punctual.

Primul diagnostic este simplu: ție nu-ți trebuie o hartă. Am observat că te „miști” destul de bine pe această hartă. La fel îți spun că nici ipoteza lansată de tine, că ai avea o problemă cu atitudinea, nu este una plauzibilă.

Aici, mai jos, te citez pe tine:

„La ce m-am gândit că m-ar ajuta este un plan bine definit prin care să fie precizat: asta așa și așa trebuie făcut, astea trebuie citite, astea trebuie repetate, încercate, testate și toate astea în atâta timp.”

Ai nevoie de aceste lucruri, însă nu este de ajuns. Acestea sunt necesare, sunt lucruri pe care tu ar trebui să le poziționezi pe harta ta. Mai este nevoie de ceva înainte de aceste lucruri.

Ca să intrăm în esența problemei: ceea ce-ți trebuie ție nu este o hartă, ci o BUSOLĂ! Adică ai avea nevoie de o busolă care să-ți arate direcția. În plus, mai trebuie să știi dacă vrei să mergi spre nord, sud sau vest sau est.

Practic, acum tu te plimbi fără să ai o idee bine definită exact încotro mergi. Aducând discuția în planul real, trebuie în mod obligatoriu să-ți **fixezi obiectivele**. Adică trebuie să stabilești dacă vrei să mergi spre nord, de exemplu.

CUM ÎȚI FIXEZI OBIECTIVELE?

PASUL 1

Un obiectiv este acel lucru, stare, situație în care tu vrei să ajungi. Să-ți dau câteva exemple de obiective: Vreau să ajung un avocat de succes! Vreau să fiu cel mai bun trainer din România! Vreau să devin un om bogat! etc. Evident, lista poate continua la nesfârșit. Ia o foaie de hârtie și notează obiectivele tale. Pot să fie cât de multe, însă pentru început îți sugerez doar trei!

PASUL 2

Acum, odată ce ai stabilit, urmează o întrebare cheie: **cum o să-mi dau seama că am atins acest obiectiv?** Este o întrebare foarte grea, însă este o întrebare cheie în demersul tău. Răspunsul la ea clarifică obiectivul, mai ales dacă acesta a fost formulat în termeni generali! De exemplu, dacă vrei să devii un avocat de succes trebuie să poți formula ce înseamnă acest lucru pentru tine. Poate să însemne un număr de 100 de clienți pe an, care să-ți aducă un venit de 50.000 de euro pe an și să ai 80% din procese câștigate. Acestea sunt doar exemple. Poți formula tu acele cuantificări care clarifică pentru tine ideea de avocat de succes.

PASUL 3

Care sunt acele **acțiuni** pe care ar trebui să le întreprind **pentru a atinge** obiectivul? Abia acum stabilim acel drum care trebuie urmat. Acum stabilim dacă trebuie să citești x cărți, să participi la cutare și cutare curs, să faci stagii de practică într-o companie multinațională, să pleci la un master la o universitatea Z, să-ți deschizi o firmă, să-ți iei un asociat etc. Nu uita, se lucrează cu pixul și cu hârtia în față. Poți împărți foaia pe orizontală în 3 dacă ai 3 obiective, iar apoi fă 5 coloane. În prima coloană treci obiectivul, în a doua coloană treci pasul 1, în a treia pasul 2, în a patra pasul 3, iar în a cincea pasul 4!

PASUL 4

Ce voi face după ce am atins obiectivul? Aceasta este a patra întrebare cheie, care-ți asigură o continuitate a planului. Practic, aici îți poți fixa un alt obiectiv care să fie în continuarea celui stabilit.

Acești patru pași vor fi condiția esențială pentru ca tu să atingi obiectivele. Gândește-te că vrei de exemplu să-ți construiești o casă. Să presupunem că acesta este obiectivul tău: să-ți construiești o casă. Urmând pașii vei ajunge în pasul 3, la acțiuni! Ideea este următoarea: planul de casă nu este un plan de afacere, de exemplu. Adică nu te aștepta să demarezi o afacere cu un plan de casă. Vreau să subliniez aici că desfășurarea unor acțiuni întâmplătoare nu are cum să te facă să reușești fără a avea obiective ferme. Nu ai cum să semeni grâu, de exemplu, și să te aștepti să recoltezi porumb! Posibil ca obiectivul tău să fie în nord (pe hartă), în acest caz nu ai cum să atingi acest obiectiv dacă te îndrepti către vest sau către est sau către sud.

În afară de cei patru pași, ar fi util dacă ai mai răspunde la două întrebări?

1. Ce piedici pot să apară în atingerea obiectivelor și cum am de gând să le trec?
2. Ce fac dacă nu-mi ating obiectivele?

Am citit pe undeva o zicală: „Niciun vânt nu-ți este prielnic dacă nu știi unde vrei să ajungi”. Fixarea obiectivelor este esențială și ea trebuie formulată în termeni pozitivi (nu negativi).

Să iau un ultim exemplu. Să presupunem că te duci să cumperi un bilet de tren. O să imaginez un dialog!

Casiera: Unde doriți să mergeți?

Tu: Nu știu!

Casiera: Domnu', trebuie să-mi spuneți unde doriți să mergeți, altfel nu am cum să vă dau un bilet!

Tu: Eu vreau doar un bilet!

Casiera: Domnule, sunteți nebun!

Tu: Să înțeleg că nu aveți bilete?

Casiera: Ba avem!

Tu: Am înțeles, știți, nu aș vrea să merg la Suceava?

Casiera: Dar unde?

Tu: Știți, n-aș vrea nici la Galați!

Casiera: Domnu', uitați aici, vă dau acest bilet, este cadou! Este un bilet spre IAD!

Casiera: Poliția, vă rog să interveniți pentru că am un nebun la ghișeu!

Sper că acest dialog v-a plăcut! Probabil e greu să întâlnim în realitate această situație! Dar acest dialog e plin de semnificații. Nu ai cum să ajungi undeva dacă nu știi unde vrei să mergi. La fel, nu ai cum să ajungi undeva dacă spui unde nu vrei să mergi. Se pare că poți ajunge totuși undeva, anume în iad, folosind termenul acesta figurat, adică la o viață nefericită, plină de lucruri inutile, plină de timp irosit. Dacă la ghișeu ai fi spus unde vrei să ajungi, cu siguranță ți s-ar fi dat un bilet și ajungeai în Ploiești, de exemplu. Era de ajuns să știi!

În concluzie: stabilește-ți obiectivele, urmează-le cu îndârjire și le vei atinge!

Succes!

Scris de Marian Rujoiu

SECȚIUNEA 3 (angajator)

Leadership

Te adaptezi sau disperi

CUM DEZVOLȚI UN MANAGEMENT MODERN ȘI EFICIENT?

Tehnicile de management se actualizează permanent. Fiecare companie este în căutare de instrumente care nu trebuie doar să fie moderne, ci și să răspundă nevoilor actuale. Atunci când te hotărăști să implementezi o idee în companie, fie că ești manager sau șef de echipă, vrei rezultate, vrei mărirea eficienței.

Am întâlnit companii care s-au plâns că au încercat fel și fel de softuri pentru creșterea eficienței sau pentru îmbunătățirea comunicării. Principalul impediment constatat este că se alege o soluție astăzi, însă mâine ea nu mai corespunde cerințelor. Disney, o companie renumită pentru inovație, a găsit rapid o soluție. Aceasta nu a fost un soft performant și nici superindicatori de măsurare sau formule complicate. Soluția este mai aproape decât credem și aceasta se numește **blog intern al companiei**.

Da, ați înțeles bine, prin crearea unui blog intern poți crește eficiența unei companii și poți îmbunătăți comunicarea între membrii echipei.

S-a constatat că folosirea unor softuri comportă trei dezavantaje majore:

1. *nevoile companiei sunt în schimbare permanentă (lipsă de dinamică)*
2. *sunt plictisitoare, nu permit discuție sau un flux al ideilor*
3. *stopează creativitatea și nu fructifică potențialul fiecărui membru al echipei*

La fel, folosirea e-mailului pentru creșterea performanței comportă o serie de dezavantaje cum ar fi:

- este greu de găsit exact e-mailul care te interesează

- firul discuției în cadrul unei echipe este greu de urmărit
- sunt greu de găsit unele tipizate sau documente (ultima variantă)
- feedbackul este primit (în cel mai bun caz) doar de cel care a trimis e-mailul
- e-mailul nu este un instrument care asigură memoria organizației (când angajatul pleacă, este înlocuit sau este în concediu, cu greu poate continua cineva munca)
- se primesc multe e-mailuri nedorite, astfel că sortarea și separarea lor de cele importante ale companiei devine groaie

Lista dezavantajelor poate continua atât în cazul e-mailurilor, cât și în cazul softurilor. Atenție, vreau să precizez că atât e-mailul cât și softurile îți pot asigura anumite avantaje, astfel că ele trebuie păstrate. Blogul intern răspunde avantajelor, astfel că e-mailurile vor fi doar reduse, și nicidecum eliminate.

Un blog intern, protejat cu parolă, va fi accesat doar de angajați și de manager. În acest fel, oricine va putea fi la curent cu orice idee din companie și poate avea acces instant la orice resursă sau document postat. Folosirea unui blog intern duce la o îmbunătățire a managementului pe două paliere (comunicare și administrare).

La nivel de **comunicare**, blogul intern poate fi folosit în următoarele moduri:

- managerul pune în discuție o idee, primește feedback, care poate fi văzut de toți ceilalți. Întotdeauna de la o idee îți vine alta și așa mai departe, astfel încât feedbackul devine mult mai consistent;
- prin postarea unei informații, toți angajații sunt informați în timp record, iar atunci când este vorba de o problemă cineva poate veni cu o soluție rapid și are ocazia să primească feedback la fel de rapid;
- printr-un blog intern se asigură paternitatea ideilor. Dispare astfel discuția atât de întâlnită privind paternitatea unei idei;
- prin intermediul blogului intern pot fi puse la dispoziția angajaților fie de către angajator, fie de către angajați, diferite informații de ordin personal (discounturi, oferte speciale, locuri în care au mers etc.);
- blogul intern oferă fiecărui angajat ocazia de a-și expune o idee (nu toți angajații cu idei bune vor lua cuvântul în ședințe și-și vor spune părerea). Ideea poate fi astfel scrisă, analizată și văzută de toți, începând de la manager până la colegul de birou;

- un blog intern poate asigura o dinamică a echipelor, o consolidare a acestora și o valorificare mai mare a potențialului fiecărui individ, crescând în acest fel apartenența lor la valorile companiei.

La nivel **administrativ**, blogul intern oferă instrumente prin care poate fi îmbunătățit managementul:

- organizarea fișierelor și indexarea lor rapidă;
- oricine, în orice moment (în funcție de eventualele restricții necesare), va avea acces la documentul potrivit;
- găsirea rapidă a unor soluții;
- semnalarea unor probleme foarte rapid;
- ideile pot fi îmbunătățite și discutate, de la egal la egal;
- orice angajat nou poate avea acces la memoria organizației;
- se pot aduce oricând informații privind stadiul sau progresul într-un anumit moment (într-un soft veți pune doar o cifră corespondentă și nu este suficient);
- regulamente interne, tipizate, etc. toate pot fi arhivate și accesate rapid;
- dispare problema „ultimei variante” a unui document;
- se pot trasa sarcini foarte rapid și se poate oferi feedback

Listele pot continua, blogul intern fiind un instrument performant. Blogul, așa cum este el gândit, este flexibil, în orice moment îi poți adăuga diferite opțiuni sau un nou design. El poate răspunde oricărei provocări, tocmai pentru că nu este standardizat. **Flexibilitatea** este cuvântul cheie care definește blogul intern. Vă recomand **Jeremy Wright – Blog marketing** pentru a afla mai multe despre puterea blogului intern și a blogului corporate.

S-ar putea obiecta că în acest fel angajații pot oferi oricui din afară acces la acest blog prin transmiterea unui user și a unei parole. Și aici departamentul IT poate avea soluții, însă această problemă oricum există în cazul e-mailului sau prin folosirea unui stick. Blogul intern nu este o soluție pentru creșterea siguranței datelor, ci pentru inovație, performanță și comunicare.

Blogul intern reprezintă un plus, un instrument la care poate apela orice companie indiferent de numărul angajaților. În concluzie, repet câteva motive principale pentru care ai putea apela la această soluție:

- 1. este rapidă**
- 2. presupune costuri foarte reduse**
- 3. oferă flexibilitate maximă**
- 4. motivează nonfinanciar angajații**
- 5. crește performanța**
- 6. consolidează echipele**
- 7. eficientizează din punct de vedere administrativ**
- 8. valorifică potențialul fiecărui membru al echipei**
- 9. asigură o comunicare autentică în relațiile angajați-angajatori și angajați-angajați**
- 10. poate fi accesat de angajați din orice loc unde există internet și poate fi actualizat permanent.**

Amintește-ți că în general ai doar două variante: te adaptezi sau dispari, până la urmă este o alegere pe care trebuie să o faci! Lipsa alegerii reprezintă de fapt tot o alegere!

Îți doresc forța și voința de a reuși!

Scris de Marian Rujoiu

CINE ESTE MAI PUTERNIC: INDIVIDUL SAU ECHIPA?**Mitul Echipei sau Mitul Individului?**

Tot mai mult în ultima vreme se pune accentul pe lucrul în echipă! Mulți dintre noi suntem de acord cu acest concept mai mult în teorie, când vine vorba de practică ne convingem cu mare ușurință că ceea ce faci TU este mai bun făcut. Ba, mai mult, vezi în lucrul în echipă o pierdere de vreme, mai ales că ți se pare că se pierde mult prea mult timp cu discuții inutile! Lista dezavantajelor poate continua și nu are rost să ne ascundem susținând că formula ideală de lucru este cea în ECHIPĂ.

Nu mi-am propus în acest articol să demonstrez că lucrul în echipă este doar un mit, întrucât realitatea m-ar contrazice imediat! Cert este însă că sunt oameni care sunt de acord că lucrul în echipă este mai eficient și oameni care afirmă contrariul! Cea mai mare greșeală ar fi să spunem ca unii dintre ei greșesc, iar ceilalți au dreptate. Fiecare are dreptate.

Aici avem de-a face cu două categorii de oameni!

Oamenii tip INDEPENDENT - numiți în cazul de față VULTURI

Vulturii văd lucrurile în felul următor:

- vor să lucreze singuri;
- vor să-și asume responsabilitatea;
- își spun: e mai greu de unul singur, dar mai sigur.

Oamenii tip COOPERANT - numiți în cazul de față RÂNDUNICI

Rândunicile văd lucrurile cu totul diferit:

- cred că $1 + 1 = 3$ (unde sunt doi puterea crește);
- munca în echipă dă rezultate mai bune;
- nu vor să lucreze singuri.

Orice manager de resurse umane trebuie să înțeleagă aceste două tipologii. Ar fi un eșec să încerci să le convingi pe oricare din ele că lucrurile stau diferit! Prin urmare, trebuie să te așezi acolo unde îți este locul. Posibil ca tu să ai rezultate excelente într-o echipă sau poate în afara ei!

Nici vulturul, nici rândunica nu trebuie luați în sens negativ sau pozitiv - acestea sunt tipare de lucru și trebuie să le acceptăm ca atare!

Lucrul în echipă este un fenomen. Chiar și în vânzări sunt companii care au adoptat o politică a lucrului în echipă dând target de echipă, iar vânzările merg foarte bine.

De ce sunt totuși importante echipele? Care sunt avantajele lor?

Dragi Vulturi, încercați măcar să înțelegeți că și lucrul în echipă poate să dea rezultate, uneori chiar foarte bune. Un manager iscusit trebuie să știe să îmbine aceste două tipologii chiar și atunci când avem de-a face cu o singură echipă formată atât din vulturi, cât și din rândunici, găsind pentru fiecare un rol potrivit competențelor sale. Am ținut să fac aceste precizări legate de tipologii nu pentru a vă înțelege pe voi, ci pentru a-i înțelege pe ceilalți, mai ales pe cei diferiți de voi, atunci când vine vorba de lucrul în echipă!

Șapte trăsături de AUR ale echipelor?

1. Sunt cele mai indicate **pentru a rezolva probleme complexe** care necesită opinii și cunoștințe diferite!
2. Reprezintă un excelent **mediu de învățare!**
3. Sunt mult mai orientate **spre obiective** decât organizația în ansamblu sau și își stabilesc mult mai ușor o viziune și un scop propriu (este mai ușor de identificat un obiectiv al unei echipe)!
4. **Valorifică mai bine resursele fiecărui membru!**
5. **Sunt mai flexibile** decât grupurile organizaționale, pentru că pot fi mult mai ușor formate, dizolvate, reorganizate sau redimensionate!
6. **Cultiva loialitatea** și funcționează pe principiul „toți pentru unul și unul pentru toți”.
7. **Favorizează delegarea** de responsabilități pentru că oferă garanția de a controla comportamentul membrilor săi, prin norme proprii.

Concluzii și sfaturi:

Pentru **departamentul HR**: Când faci recrutarea, ar fi foarte bine să știi dacă îți trebuie o Rândunică sau un Vultur. Odată ce știi ce-ți trebuie, ai la îndemână destule instrumente HR pentru a-l găsi și a-l alege!

Pentru **cei care cred în echipă**: Ea funcționează atâta vreme cât e manageriată bine și e compusă preponderent din Rândunici. Nu poți contesta însă niciodată valoarea unui Vultur dacă acesta are disponibil „Piscul” pe care să se așeze!

Pentru **cei care nu cred în echipe**: Încearcă să înțelegi și să accepți că și o echipă poate avea rezultate care nu pot fi atinse individual!

Atât valoarea individului cât și valoarea echipei vor face față provocărilor capitalismului. Depinde doar de obiectivele pe care le avem. Unele pot fi atinse de către o echipă, altele de către indivizi care nu lucrează obligatoriu în echipă.

Care este Mitul?

În ciuda faptului că se face apologia echipei tot mai mult, în mai toate revistele de specialitate, consider cu tărie că individul nu trebuie dezumanizat, nu trebuie să-i negăm comportamentul, nu are rost să ne furăm căciula singuri, nici nu are rost să ne transformăm în cooperativă dacă nu este cazul!

Care este Mitul până la urmă, individul sau echipa? Raspunsul este simplu! **Mit este acela care afirmă ca eficiența este dată fie numai de echipe, fie numai de indivizi!** Eficiența este dată de folosirea corespunzătoare atât a individului în afara echipei, cât și a echipei în sine atunci când este necesar!

Scris de Marian Rujoiu

CUM COMUNICĂM SCHIMBAREA?

Sunt multe tips&triks pentru comunicarea schimbării. Voi aborda în acest articol cel mai simplu lucru atunci când vine vorba de schimbare - și l-aș putea numi principiul numărul 1 în comunicarea schimbării.

Cum procedează managerii cel mai des?

Orice companie trece periodic prin schimbări: schimbări de sarcini, schimbări tehnologice, schimbări de șefi, schimbarea sediului de lucru etc. Cel mai adesea managerii nu știu cum să comunice schimbarea.

Exemplu

Luăm exemplul real al evoluției unui ziar, care a trecut printr-o perioadă de schimbări tehnologice. Mai exact, este vorba de momentul în care mașinile de scris sunt înlocuite de calculatoare. Redacția ziarului este „dezorientată”. Această schimbare tehnologică este vitală, mai toate ziarele trec prin ea, iar pentru a rămâne competitivi această schimbare este vitală. Angajații ziarului sunt de diferite vârste, începând de la 20 de ani până la 55 de ani.

Managerul discută cu departamentul administrativ, iar într-o zi decide înlocuirea mașinilor de scris cu PC-uri. Se gândește chiar că va face o surpriză plăcută. El așteaptă bucuros întoarcerea oamenilor din teren. În jur de ora 6 pm, oamenii se întorc din teren, iar la ora 6.30 toată redacția este convocată la ședință.

În cadrul ședinței managerul formulează următoarele mesaje:

1. *Începând de astăzi lucrurile nu vor mai fi la fel.*
2. *Am schimbat mașinile de scris cu calculatoarele!*
3. *Era o schimbare necesară, o schimbare tehnologică ce ne va mări viteza de lucru.*
4. *Uitați de mașinile de scris hodorogite și priviți la aceste minunate calculatoare!*
5. *Intrăm într-o nouă eră, nimic nu va mai fi la fel.*

Oamenii rămân fără cuvinte. Pe **fețele lor nu apare bucuria** așteptată de manager. Cei 9 oameni din cadrul redacției primesc vestea. Paradoxal, în ciuda faptului că schimbarea era necesară și bună totodată, ei îi comunică managerului că au înțeles și se așază în fața

noilor „mașini de scris”, a calculatoarelor. Ei au parte de un mini-training în care li se explică faptul **că aceste calculatoare sunt total diferite de mașinile de scris**. Practic, nimic nu mai este la fel. Oamenii încep să lucreze sfoși pe ele, cu gândul însă la tradiționalele mașini de scris. Unii dintre ei aveau 20 de ani de când lucrau cu mașinile de scris.

După o lună de zile, patru angajați din cei nouă își dau demisia. Presa nu mai era ceea ce știau ei. Ceilalți 5 rămăși în redacție parcă se posomorâseră. La 3 dintre ei le scăzuse inexplicabil calitatea materialelor scrise. Parcă nu mai erau încărcate de atâta suflet. Are loc o discuție cu managerul în care ei sunt întrebați ce se întâmplă. Aceștia nu pot oferi o explicație, singura plauzibilă fiind faptul că ei nu mai sunt atât de inspirați de PC așa cum erau de mașina de scris.

Povestea continuă, iar redresarea ziarului se realizează în aproape un an de zile. Vorbim numai de o redresare, în sensul că jumătate din echipă era una nouă, iar calitatea materialelor era una mediocră.

Unde s-a greșit?

Probabil este clar pentru fiecare dintre noi că schimbarea era necesară. Unde s-a greșit? Cum s-ar fi putut face astfel încât oamenii să nu-și dea demisia, iar schimbarea să aibă un impact pozitiv.

Felul în care comunicăm schimbarea este mai important decât schimbarea în sine, indiferent de mărimea sau de importanța schimbării. Majoritatea managerilor - de altfel, de bună credință - aleg să comunice schimbarea într-un mod care nu poate fi primit cu bucurie. Fie că acceptăm sau nu, **schimbările, cel puțin inițial, nu sunt acceptate.** Fiecare dintre noi manifestă o rezistență mărită la schimbare. Ne obișnuim cu anumite lucruri, iar schimbarea lor nu ne bucură, ba din contră. De cele mai multe ori eficiența sau necesitatea nu sunt argumente care conving. Plecând de la obiceiurile cele mai simple până la cele mai complicate, preferăm să le păstrăm. Știm de cele mai multe ori că obiceiurile noastre nu sunt „sănătoase”, ele însă sunt ale noastre și dorim păstrarea lor. Fie că e vorba să ne schimbăm biroul de lucru, locuința, serviciul, ora de trezire, sarcinile de la serviciu sau orice altă schimbare, aceste schimbări ne creează un disconfort. Greșeala managerială este situația în care managerul prezintă schimbare drept ceva „total diferit”, „nimic la fel”.

Cum ar trebui să procedăm astfel încât trecerea peste schimbare să fie una cât mai ușoară?

În procente, numai maxim 20% dintre oameni caută permanent schimbări. Aceștia vor accepta întotdeauna schimbările și le vor considera noi provocări. Părerea noastră despre noi este că suntem deschiși la nou, că ne plac schimbările. În realitate, însă, schimbările ne modifică un ritm al vieții cu care ne-am obișnuit. De exemplu, cunosc foarte mulți contabili care nu au acceptat programele informatice. Ei preferă în continuare să lucreze cu pixul, iar dacă vine vorba de făcut ceva la calculator - „să le facă altcineva!”.

Pentru a comunica eficient o schimbare cu cât mai puține pierderi, **trebuie reformulat mesajul schimbării**. Limbajul este prima cale la care trebuie să apelăm. Este cel mai ușor de folosit și cel mai eficient totodată. Indiferent de schimbare, trebuie să „înmuiem” efectele ei cât mai mult posibil, trebuie să realizăm trecerea de „baubaul pe care nu-l cunoașteți, total diferit de ce-a fost” la „același baubau îmbunătățit”.

Trebuie să facem trecerea de la:

- *total diferit – la – aproape la fel*
- *totul se va schimba – la – totul va rămâne la fel*
- *schimbare – la – îmbunătățire*
- *trebuie să vă schimbați – la – trebuie să ne adaptăm*
- *intrăm într-o nouă eră – la – continuăm munca noastră*

Practic, schimbarea trebuie comunicată ancorând-o în ceea ce există în momentul respectiv. **Oamenii acceptă schimbarea dacă li se explică că avem de-a face cu o continuare a ceea ce facem**. În discursul nostru trebuie să se regăsească toate punctele comune. Cu cât vor fi găsite mai multe legături între ceea ce a fost și ceea ce urmează, cu atât schimbarea va fi mai mult percepută ca o continuare a ceea ce a fost. „Noua eră” și „total diferit”, „nimic la fel” nu sunt mesajele care conving. Acestea sunt mesajele care asigură că schimbarea va avea „pagubele cele mai mari posibile”. Nu este vorba de a păcăli, ci de a umaniza mesajul și de a înțelege că oamenii sunt rezistenți la schimbare.

Toată explicația de mai sus se reduce la un lucru foarte simplu: **atunci când comunicăm o schimbare trebuie să punctăm înainte de toate ce rămâne la fel, iar lucrurile care se schimbă total trebuie explicate ca o continuare a ceea ce a fost. Cu cât vor fi punctate mai multe lucruri care rămân la fel, cu atât șansa ca oamenii să perceapă pozitiv crește.**

Reîntorcându-ne la ziar, cele 5 mesaje cadru pot fi reformulate în felul următor:

1. *Începând de astăzi, lucrurile se vor îmbunătăți.*
2. *Vom folosi mașini de scris mai ușor.*
3. *Veți putea scrie materiale mai ușor. Veți avea ocazia să îmbunătățiți ideile scrise într-un mod plăcut.*
4. *Mașinile de scris vor rămâne în aceste birouri să ne amintească de istoria noastră.*
5. *În sfârșit tehnologia ne va permite să punem în practică mai ușor ideile noastre.*

Dialogul continuă, iar schimbările vor fi percepute ca îmbunătățiri. Nu se mai intră cu „violență” în obiceiurile oamenilor, ci li se explică că obiceiurile lor vor fi menținute. Li se va explica oamenilor până în cel mai mic detaliu cât de asemănătoare sunt lucrurile (cele noi cu cele vechi): literele sunt așezate la fel pe tastatură, ceea ce scrii se va vedea tot în față, se va lucra la aceleași birouri, fiecare își va păstra direcția redacțională. Comunicarea schimbării va fi astfel mai lejeră, amintindu-se și alte lucruri care rămân la fel (chiar dacă nu au legătură cu schimbarea). Lucrurile explicite vor fi verbalizate atenuându-se impactul schimbării: **programul va rămâne la fel, vom trata aceleași subiecte, machetarea ziarului va fi aceeași.**

Sunt modalități și mai complexe de implementare a unei strategii în cadrul unei organizații, pe care le tratăm în trainingurile noastre de management, schimbare și performanță.

Punctual, în acest articol, mi-am propus să atrag atenția asupra unei greșeli manageriale foarte des întâlnită. Această greșeală managerială vine și pe fondul în care leaderul vrea să transmită o nouă viziune, uneori „revoluționară”. Poți transmite - după cum am observat - și viziunea revoluționară, folosind însă un limbaj mai moderat, cu mesajul „aproape la fel”.

Folosind strategia prezentată, dai șansa oamenilor să accepte schimbarea mai ușor și să se adapteze cât mai rapid posibil. Este un detaliu minor, efectele lui sunt însă majore, uneori hotărâtoare pentru viitorul organizației.

Scris de Marian Rujoiu

MANAGEMENTUL RISCULUI - STRATEGII DE CONTRACARARE!

Firma **Standish Group** a derulat în anul 1995 un studiu asupra a peste 1000 de manageri, obiectul acestuia fiind constituit de principalele motive și riscuri care duc la **eșecul unui proiect**. În urma acestui studiu, pe primele 10 locuri s-au situat riscurile de mai jos:

1. Cerințele incomplete privind proiectul
2. Parteneri implicați parțial în proiect
3. Insuficiența resurselor
4. Estimarea nerealistă a rezultatelor proiectului
5. Suportul executiv insuficient
6. Schimbările survenite în timpul derulării proiectului
7. Planificarea precară a activităților
8. Lipsa elementelor esențiale pentru derularea proiectului
9. Managementul defectuos
10. Suportul tehnologic slab

Riscul este un fenomen întâlnit în viața de zi cu zi a oricărei instituții, el fiind asociat de cele mai multe ori cu termenul de „nesiguranță”. Potrivit dicționarului **Webster**, riscul este văzut ca o „posibilitate de a suferi o pierdere”, iar acest lucru se întâmplă ori pentru că în derularea proiectului a intervenit un lucru neplanificat, ori pentru că un lucru care a fost planificat nu s-a întâmplat tocmai așa cum a fost prevăzut.

Riscurile pot avea atât un **caracter intern**, referindu-ne aici la greșelile manageriale, cât și un **caracter extern** reprezentat practic de orice eveniment din afara organizației care poate afecta în mod negativ derularea proiectului. Persoana responsabilă de managementul riscului trebuie să aibă în vedere acești factori interni și externi și să monitorizeze în permanență situațiile de risc. Mai exact, ea trebuie să elaboreze un plan de management al riscului, iar, atunci când acesta apare, să știe cum să îl diminueze și să îl controleze.

Managementul riscului presupune parcurgerea a 6 etape esențiale:

1. Descrierea contextului
2. Identificarea riscurilor
3. Analiza și ierarhizarea riscurilor

5. Elaborarea planului de management al riscurilor
6. Implementarea planului de management al riscurilor
7. Monitorizarea și actualizarea planului inițial de management al riscurilor

Pentru a ști ce trebuie să prevină, un manager de proiect trebuie să **identifice** mai întâi eventualele riscuri. De aceea, este absolut necesar ca fiecare manager de proiect să răspundă pentru început la următoarele întrebări:

- Ce reprezintă riscul pentru acest proiect?
- Ce reprezintă riscul pentru o anumită activitate a proiectului?
- Ce riscuri există?
- Care este probabilitatea ca acestea să se producă?
- Care sunt pierderile ce pot rezulta din aceste riscuri?
- Care sunt alternativele de rezolvare a situației de criză?

O metodă foarte des întâlnită în identificarea și analizarea riscurilor este **metoda biletelelor Crawford**, care presupune ca managerul de proiect să răspundă cu câte un alt răspuns de 10 ori consecutiv la întrebarea: „Care credeți că este cel mai mare risc pentru proiectul dvs.?”.

Este foarte important ca, după ce identificăm riscurile, să le analizăm și să le ierarhizăm în funcție de impactul lor și de probabilitatea de a se întâmpla, astfel:

- Riscuri cu impact mare și probabilitate mare
- Riscuri cu impact mare și probabilitate mică
- Riscuri cu impact mic și probabilitate mare

Bineînțeles, există și câteva **strategii** generale pe care le are la dispoziție un manager atunci când dorește să reducă riscurile din cadrul proiectului său:

1) Acceptarea riscurilor presupune ca managerul de proiect să fie perfect conștient de dimensiunea mică a riscurilor apărute la un moment dat și ia decizia de a nu acționa în niciun fel pentru înlăturarea sau diminuarea acestora.

2) Evitarea riscurilor are loc atunci când apar modificări semnificative în procesul de derulare a proiectului, moment în care managerul de proiect hotărăște să înlăture total aceste riscuri, mergând chiar până la stoparea executării proiectului.

3) Monitorizarea riscului și elaborarea unui plan pentru situațiile imprevizibile implică alegerea unor indicatori și monitorizarea acestora pe toată durata derulării proiectului. Se vor întocmi planuri de rezervă menite să ofere alternative de recuperare a pierderilor.

4) Transferul riscurilor reprezintă modalitatea de transferare a riscurilor apărute către un intermediar, de obicei o instituție specializată în domeniu sau un expert.

5) Reducerea sistematică a riscurilor presupune totalitatea metodelor și strategiilor care sunt destinate diminuării riscurilor în mod sistematic, până ce se ajunge la un grad optim pentru manageri.

Deși managerii și natura umană în general au o anumită aversiune față de ideea de risc, este extrem de important ca orice manager de proiect să ia în considerare întotdeauna toate riscurile posibile, să le analizeze, să le ierarhizeze, să elaboreze planuri de diminuare a acestora și să fie capabil să țină toate aceste situații de risc sub control.

Scris de Andreea Marc

MOTIVAȚIE VERSUS DEFICIT DE COMPETENȚĂ**Lipsa de motivație și metode manageriale de motivație!**

Am hotărât abordarea acestei teme într-un mod puțin diferit, în sensul că înainte de a discuta de metode cheie de motivare trebuie să identificăm corect dacă avem de-a face cu lipsă de motivație sau cu un deficit de competență profesională !

În acest articol vom stabili exact cum anume putem pune un diagnostic corect pe problema: deficit de competență sau lipsă de motivație. Totodată, în termeni de soluții voi prezenta care sunt acele metode prin care putem rezolva fiecare din cele două probleme. Subiectul este foarte important întrucât lipsa motivației sau deficitul de competență sunt generatori imediați de neperformanță, lucru pe care probabil ni-l dorim cel mai puțin!

Este bine când dorim să motivăm angajații, dar mai înainte de asta trebuie să aflăm dacă acestora le lipsește într-adevăr motivația!

Analizând cazul în care salariații obțin performanțe scăzute trebuie să avem în vedere dacă performanța scăzută este rezultatul unei competențe profesionale scăzute sau este cauzată de lipsa motivației. Astfel, în cele două situații atitudinea adoptată de manager trebuie să fie total diferită.

Competența profesională scăzută se observă mai ales în cazul în care, fiind pus în fața unor sarcini dificile, angajatul poate dovedi o **„insuficiență” a competenței** profesionale, ale cărei cauze pot fi:

- cunoștințe de specialitate reduse;
- lipsă de experiență;
- atitudine nepotrivită a angajatului (față de muncă, față de echipă, față de superiori);
- abilitate redusă în domeniul în care performanța nu a atins nivelul așteptat.

Cum punem diagnosticul corect?

1. Pentru a se stabili că, într-o anumită situație concretă, este vorba despre competență profesională scăzută, trebuie să se ia în considerare felul în care a acționat salariatul în trecut față de sarcini asemănătoare.

În cazul în care în perioadele trecute acesta a făcut față cu succes unor sarcini similare, înseamnă că este vorba de o lipsă de motivație.

2. De asemenea, se va lua în considerare și dificultatea sarcinii care a generat lipsa de performanță. Dacă avem de-a face cu sarcini care nu presupun un „consum” sporit de cunoștințe și deprinderi, lipsa oricărui progres în realizarea sarcinii dovedește lipsă de interes, deci lipsă de motivație.

3. Un alt punct care trebuie luat în seamă este observarea reacției salariatului în fața neîndeplinirii sarcinii. Dacă acesta manifestă dezinteres față de nerealizarea adecvată a sarcinii, este din nou un semn al lipsei de motivație.

Cum îmbunătățim competențele?

În situația în care se stabilește în mod clar că nu lipsa de motivație a cauzat nivelul redus de performanță, se va stabili împreună cu salariatul un plan de îmbunătățire a competenței profesionale, după cum urmează:

- se va stabili ce curs de perfecționare trebuie să urmeze salariatul;
- se vor identifica procedurile de lucru care-i sunt neclare angajatului;
- se vor revizui aceste proceduri;
- se va explica încă o dată cum trebuie urmată procedura de lucru pentru sarcina în care angajatul a dovedit competență profesională scăzută.

Indicatori fermi ai lipsei de motivație:

Odată ce am stabilit că nu avem de-a face cu deficit de competență profesională, se trece la analiza motivației acestuia. Lipsa motivației unui salariat se poate recunoaște prin faptul că acesta:

- nu cooperează atunci când este nevoie de un efort suplimentar;
- întârzie;
- pleacă mai devreme;
- își ia zile libere fără a da explicații satisfăcătoare;
- lungeste cât se poate de mult pauzele pentru a rămâne cât mai puțin timp de lucru;
- nu se oferă niciodată să efectueze ore suplimentare;
- nu respectă termenele limită;
- nu-și asumă răspunderea pentru lucrurile care merg prost;
- nu urmează instrucțiunile care i se dau.

CE METODE MANAGERIALE DE STIMULARE A MOTIVAȚIEI AVEM LA ÎNDEMÂNĂ?

Mai jos, vă voi prezenta patru metode de stimulare a motivației, utile mai ales managerilor HR, dar utile și acelor angajați care vor să-și îmbunătățească motivația internă!

1. Comunicarea în procesul de motivare

Comunicarea în procesul de motivare a angajaților se va face în funcție de nevoile acestuia, de factorii care îl stimulează spre a lucra mai bine, precum și de ceea ce-l determină să dorească să obțină rezultate mai bune.

Momentele alese pentru a efectua comunicarea sunt:

- *înainte*, pentru a preîntâmpina lipsa performanței;
- în fiecare moment, *deci permanent*, pentru a urmări realizarea performanței, și
- *după*, pentru a analiza împreună cu salariații ceea ce s-a realizat comparativ cu ceea ce s-a propus și pentru a aduce la cunoștință recompensele și sancțiunile stabilite.

Prin discuții individuale, prin fișe de stabilire a standardelor de performanță se realizează informarea salariaților cu privire la standardele de performanță stabilite și împreună cu aceștia se hotărăsc recompensele, dar și sancțiunile care vor fi aplicate în cazul nerealizării performanței, personalul având astfel posibilitatea de a înțelege consecințele acțiunilor lor.

Periodic, prin sistemul de monitorizare a performanțelor se va explica angajaților unde anume greșesc și cum se pot îndrepta, oferindu-le soluții și accentuând impactul nerealizării performanței asupra echipei de lucru. Mai înainte de toate, este foarte important a nu se trece cu vederea efectul unei munci bine făcute și se vor încuraja salariații să-și aprecieze singuri performanța pentru a găsi apoi împreună principalele modalități de a o îmbunătăți.

Analizând împreună cu salariații ceea ce s-a realizat comparativ cu ceea ce s-a propus se va conduce discuția astfel încât salariatului să-i fie clar ce a făcut bine și ce a greșit, recompensele și sancțiunile care se impun fiind comunicate în timp util și aplicate exact așa cum s-a convenit inițial.

2. Managementul prin obiective

Managementul prin obiective este una dintre cele mai utilizate metode moderne de stimulare a motivației, pentru aplicarea căreia se va ține seama de următoarele măsuri:

- încadrarea obiectivelor compartimentului în obiectivele generale ale organizației;
- stabilirea obiectivelor fiecărui salariat;
- alinierea obiectivelor angajaților la obiectivele organizației;
- consultarea angajaților la stabilirea obiectivelor, a modalităților prin care acestea vor fi atinse, precum și cu privire la fixarea termenelor de lucru;
- stabilirea împreună cu salariații a libertății de acțiune pe care aceștia o vor avea, precum și supervizarea necesară;
- decizia cu privire la modul de măsurare a performanțelor și la tipul de recompense și sancțiuni aplicate.

Managementul prin obiective conduce la rezultate foarte bune în procesul de stimulare a motivației dacă se îndeplinesc o serie de condiții cumulative:

- salariații cunosc obiectivele;
- obiectivele sunt realiste, posibil de atins și precis descrise;
- termenele să fie posibil de atins și corelate între ele;
- salariații sunt instruiți în ceea ce privește acest sistem de management;
- sistemul să fie în permanență monitorizat și corectat când este cazul;
- corecțiile să fie cunoscute de salariați în cel mai scurt timp.

Avantajele acestei metode în planul motivării și performanțelor salariaților sunt următoarele:

- performanța cerută este precis delimitată;
- fiecare salariat cunoaște cu precizie ce anume se așteaptă de la el în îndeplinirea unei sarcini;
- fiecare salariat știe ce are de făcut pentru atingerea performanței cerute;
- fiecare salariat cunoaște cum trebuie să acționeze, când trebuie să acționeze și ce resurse are la dispoziție;
- recompensele și sancțiunile sunt acordate în concordanță cu atingerea obiectivelor stabilite;

- măsurarea performanțelor și acordarea recompenselor se face în funcție de gradul de realizare a obiectivelor individuale.

3. Delegarea

O altă metodă de stimulare a motivației, eficientă și ușor de aplicat, este delegarea, în aplicarea căreia se impun următoarele măsuri:

- stabilirea clară a sarcinilor ce pot fi delegate;
- stabilirea clară a persoanelor cărora le pot fi delegate sarcini și ce fel de sarcini pot fi delegate acestor persoane;
- stabilirea, prin consultare cu salariatul, a standardelor de performanță, a rezultatelor așteptate și a perioadei delegării;
- acordarea unei copleine libertăți de acțiune salariatului căruia îi este delegată o sarcină;
- atribuirea, odată cu sarcina, a autorității necesare salariatului pentru buna îndeplinire a acesteia.

Ca metodă de stimulare a motivației, delegarea va fi reușită în momentul când se vor îndeplini cumulativ următoarele condiții:

- sarcina este atribuită pe o perioadă limitată de timp;
- atribuirea sarcinii are un caracter formal (să fie oficializată);
- salariatul căruia i s-a delegat o sarcină se bucură de încrederea superiorilor săi;
- sarcina delegată corespunde profilului persoanei căreia îi este atribuită.

Ca avantaje ale delegării asupra motivării și performanțelor salariaților se poate nota că salariatul primește dovada încrederii în capacitățile sale și performanța așteptată este precis descrisă.

4. Managementul participativ

Realizarea unor motivații de mobilizare, de implicare, specifice întreprinderilor performante se află în legătură directă cu aplicarea unui management participativ.

Primele domenii în care salariații au participat la activitățile de organizare și gestionare ale companiilor au fost: îmbunătățirea condițiilor de lucru, lărgirea sarcinilor la nivelul unor compartimente, conducerea prin obiective etc., în prezent fiind aplicate în țările dezvoltate o serie de metode participative care duc la îmbunătățirea

folosirii resurselor umane și la creșterea gradului de motivare a angajaților.

Notă: Foarte important a se face distincție între motivare și motivație. Acest articol a abordat problema numai din punct de vedere al motivației individului, acel mecanism intern care îl pune în mișcare!

Vedem așadar că lucrurile nu sunt deloc simple. Uneori simțim că suntem în situații fără ieșire, însă acest sentiment este doar aparent, întrucât metode de a acționa conform unor principii manageriale eficiente există, nu ne rămâne decât să le punem în practică!

Scris de Marian Rujoiu și Alina Rujoiu

DESPRE TAINILE MOTIVĂRII NONFINANCIARE!

Tocmai am finalizat studiul privind Motivarea Nonfinanciară printre angajații români. Am plecat de la ipoteza că românii, în afară de considerentul financiar, mai sunt motivați, în compensare, și de sistemul nonfinanciar! Privind rezultatele studiului derulat de Extreme Training, am simțit o stare de disconfort! Se vede clar că angajații români au nevoi nonfinanciare nesatisfăcute! Acestea sunt pentru ei un factor demotivator maxim! Extreme Training a observat, în cadrul proiectelor derulate, îngrijorarea companiilor privind fluctuația de personal, însă am observat că acestea nu sunt dispuse să acționeze ferm pentru a remedia acest lucru! Eventual sunt dispuse să mărească salariile, însă sunt atâția oameni care renunță pur și simplu la job pentru că „s-au săturat de compania respectivă”!

Portretul angajatului român este de fapt oglinda angajatorului; când un angajat se plânge de personal, el se plânge de fapt de însăși prestația sa fără să-și dea seama de acest lucru! Portretul angajatului român, în două, cuvinte ar fi: Nemotivat și Demotivat! Rolul motivării nonfinanciare încă nu este înțeles pe deplin de angajatorii români, Extreme Training preconizând un termen de 5 ani, timp în care motivarea nonfinanciară va deveni o practică curentă în fiecare companie din România! La sfârșitul acestui articol veți regăsi câteva spicuiuri din rezultatele studiului derulat!

Nenumărate studii arată lipsa de eficiență pe termen lung a sistemelor de motivare financiară. Primul bonus funcționează ca un „drog”. Are efect pe moment, dar pe o perioadă mai lungă de timp îi face pe angajați să nu mai lucreze decât dacă primesc bonusuri financiare.

De asemenea, pe termen lung, bonusurile financiare îi fac pe angajați să fie nemulțumiți și să intre într-un soi de competiție cu colegii lor. Lucrul în echipă devine astfel de domeniul basmelor. **Soluția** este un sistem de **motivare nonfinanciară**. Motivare nonfinanciară înseamnă implementarea unui sistem de recompensă și recunoaștere (Rewards and Recognition).

Scopul motivării nonfinanciare este acela de a crește productivitatea firmei, de a-i îmbunătăți calitatea, de a avea angajați mulțumiți, lucru care duce direct la creșterea performanței angajaților.

Cum facem să implementăm un astfel de sistem?

Implementarea unui sistem de motivare nonfinanciară de succes (programul de R&R) presupune respectarea unor reguli. Recompensa trebuie să fie un lucru dorit de angajați. Este un lucru pozitiv dacă implicăm angajații în alcătuirea unor grile/criterii ce vor ajuta managerul să știe cine trebuie recompensat și conform căror criterii. Din moment ce angajații sunt cei ce vor primi recompensa, e binevenit ca tot ei să aleagă ce recompensă și-ar dori mai mult (bineînțeles, în limita bunului simț).

De asemenea, managerul trebuie să încurajeze recunoașterea nu doar pe verticală, ci și pe orizontală (nu doar manager-angajați, ci și angajații între ei; de exemplu: biletele de recunoaștere și mulțumire între colegi). Acest lucru îi creează angajatului un sentiment de importanță (ceea ce face el este important pentru echipă și pentru companie). O urmare a conștientizării importanței lui în companie este responsabilitatea de care acesta va da dovadă („Ceea ce fac eu aici este important și nu pot să o dau în bară”, „Ceea ce fac eu în această companie este deosebit de important pentru mine, echipă și companie și trebuie să am cele mai bune rezultate posibile”).

Încurajând angajații să se motiveze între ei, să își recunoască rezultatele între ei, să își mulțumească reciproc pentru ajutor și să se felicite, îți poți face o idee și despre cine pe cine respectă în companie, care sunt relațiile dintre colegi.

Succesul unui sistem de R&R depinde și de frecvență. Nu trebuie să sărim peste o recompensă doar pentru că o altă recompensă a fost oferită de curând, dar nici nu trebuie abuzat de acestea. Dacă recompensele sunt oferite prea des, angajaților li se poate imprima involuntar că nu e așa o mare școală.

Sistemele de R&R s-au dovedit a fi benefice pentru companii din punct de vedere financiar, nu doar pentru că ele cresc productivitatea firmei, dar și pentru că nu mai trebuie cheltuiți bani pentru bonusuri financiare.

Experiențele marilor manageri au dovedit că recunoașterea individuală are mai mult succes decât recunoașterea sau recompensarea echipei. Totuși, nici aceasta din urmă nu trebuie lăsată la o parte. Un exemplu de motivare a întregii echipe, fără a uita de

performanțele individuale (și a se crea astfel frustrări între angajați), de care vreau să amintesc este al unui manager care, la sfârșitul unui proiect de succes, și-a recompensat echipa cu mici cadouri diferite - în funcție de performanțe, după cum am scris anterior -, dar de aceeași valoare. Personal, mi se pare un foarte bun exemplu de a încerca să mulțumești pe toată lumea și de a evita eventualele frustrări ale angajaților.

Mai jos regăsiți câteva dintre rezultatele studiului! După cum spuneam la începutul acestui articol, avem de-a face cu un angajat dispus să muncească mai mult, dispus să fie fidel, însă poate face acest lucru dacă este motivat nu doar financiar, ci și nonfinanciar! Rezultatele complete ale studiului sunt disponibile pe www.traininguri.ro

Ai șanse de promovare la actualul loc de muncă?			
Da	43%		
Nu	57%		
Ai echipamentul necesar la dispoziție pentru a-ți face bine treaba?			
Da	62%		
Nu	38%		
Ai ocazia să înveți lucruri noi?			
Da	70%		
Nu	30%		
Este apreciată de cineva munca pe care o faci?			
Da	43%		
Nu	57%		
E o atmosferă plăcută în companie?			
Da	56%		
Nu	43%		
Aș munci mai mult dacă:			
șeful m-ar aprecia mai mult	13%		
ar fi o atmosferă mai plăcută în companie	15%		
și ceilalți colegi și-ar da un interes mai mare	27%		
mi s-ar delega mai multă autoritate și încredere	45%		
Postul pe care îl ocupi îți pune talentele în valoare?			
Nu	53%		
Da	47%		
	Șeful meu este un specialist în domeniu	Tratează în mod corect angajații	Apreciază angajații la justa valoare
Da	56%	52%	43%
Nu	44%	48%	57%
	Managerul repartizează clar sarcinile	Monitorizează atent îndeplinirea sarcinilor	Ține cont de părerile angajaților
Da	39%	49%	54%
Nu	61%	51%	46%
Ce anume ai schimba în compania în care lucrezi dacă ai avea ocazia?			
nimic	9%		
echipamentul	10%		
colegii	11%		
clienții	15%		
șeful	17%		
salariul	38%		

Primul pas în implementarea unui program de motivare nonfinanciară este conștientizarea angajatorului asupra necesității acestuia! Dacă tu, ca angajator, vrei un angajat responsabil și performant, trebuie să începi cu tine! Mai priviți o dată la rezultatele de mai sus: doar 10% sunt foarte mulțumiți de actualul loc de muncă! Fiind mai atent la considerentele nonfinanciare poți ridica procentul până la 20% sau chiar mai mult! Acest lucru se poate transpune pe termen lung într-o creștere a profitului de 20-40%, ce poate deriva numai din performanțele deosebite ale echipei!

Scris de Oana Ibanescu & Marian Rujoiu

7 SFATURI CHEIE PENTRU A MOTIVA NONFINANCIAR ANGAJAȚII

1) Primiți ceea ce recompensați

Asigurați-vă că ați definit clar ceea ce vreți să obțineți, apoi folosiți recompense și recunoașterea pentru a vă îndrepta către acele obiective! Stabilirea unor metode de a recompensa echipa și de a recunoaște meritele vă va ajuta să obțineți acele rezultate pe care le doriți, acele rezultate care duc la atingerea unui target. Un program de recompense și recunoaștere este mijlocul cel mai simplu, dar în același timp și cel mai eficient, de a atinge respectivul target.

2) Ce motivează angajații?

Factorii motivatori variază de la un individ la altul. Pentru a vă atinge obiectivele, întrebați angajații ce își doresc! Nu e de ajuns să faceți un program de recompensă și recunoaștere și să-l impuneți angajaților, respectivul program trebuie să se muleze pe dorințele și pe nevoile lor. Astfel, înainte de a alcătui o vitrină de premii, de exemplu, trebuie să aflați ceea ce își doresc angajații, doar ei sunt cei care vor munci pentru respectivele recompense, pentru respectivele premii. Așadar, premiile puse la bataie trebuie să fie exact ceea ce își doresc angajații. Dacă de exemplu angajații s-ar simți mai recompensați primind o zi liberă pentru un rezultat foarte bun pe care l-au avut, exact acest lucru trebuie să îi dați, adică exact ceea ce i-ar putea motiva.

3) Este nevoie de bani puțini sau chiar deloc pentru cele mai motivante recompense

Recompensați-vă angajații cu un sincer „Mulțumesc!”, furnizându-le informații, implicându-i în procesul de luare a deciziilor - mai ales dacă este vorba despre decizii care îi afectează pe angajați! Amintiți-vă că premiile în bani funcționează doar pentru o perioadă scurtă de timp!!! În momentul în care le dați angajaților recompense financiare des, acestora li se va părea natural să primească bani mai mulți continuu. Așadar, nu este o metodă de recompensă care să îi motiveze pe angajați să lucreze mai eficient pentru mult timp. Rezultatele acestui tip de recompense sunt pe termen scurt. În schimb, un angajat se simte mult mai responsabil și mai important pentru companie dacă îi mulțumești pentru efortul pe care l-a depus și dacă îi spui cât de mult înseamnă pentru companie munca pe care o face el. Așadar, motivarea unui angajat se poate face și cu un buget scăzut sau chiar fără bani. Important este să-i arătați aprecierea. Metoda de a face acest lucru ține de creativitatea fiecărui manager în parte și de ce l-ar motiva pe respectivul angajat.

4) Fiecare dintre noi își dorește să fie recompensat

Angajații și managerii vor să știe că ceea ce fac ei este important și ajută la atingerea obiectivelor echipei și ale companiei. Nu este de ajuns să recompensăm doar angajații, ci și managerii, pentru că, de obicei, managerii recompensează și recunosc meritele angajaților lor, dar pe ei... cine-i recompensează? Așadar, trebuie avute în vedere toate persoanele care lucrează în respectiva companie, de la femeia de serviciu la președintele companiei, pentru că, fără ei, puzzle-ul ar fi incomplet. Femeia de serviciu și un om de vânzări sunt la fel de importanți pentru o companie; este adevărat că cel care aduce banii companiei este omul de vânzări, dar fără un birou curat, fără plante udate la timp, în fine, fără condițiile de igienă omul de vânzări nu și-ar putea face treaba. Ba, mai mult, dacă un client intră în sediul companiei, trebuie să vadă o clădire curată, impecabilă, altfel nu își poate face o părere bună despre respectiva companie. Așadar, fiecare persoană care lucrează într-o companie este importantă și trebuie avută în vedere atunci când facem un program de recompensă și recunoaștere.

5) Comportamentele sunt controlate de consecințele lor

Urmările/rezultatele pozitive vor conduce foarte repede la comportamentul dorit al angajaților și, prin urmare, și la performanță. Recompensa a funcționat întotdeauna mult mai eficient decât pedeapsa (de exemplu: tăierea din salariu, amenințări etc.). Atunci când un angajat se bucură că munca lui a fost apreciată, laudată și recompensată, va dori ca acest lucru să se repete. În consecință, va lucra mai eficient, lucru care va conduce la performanță.

6) Managementul este ceea ce faci cu angajații, nu ceva ce le faci angajaților

Spuneți-le angajaților ceea ce vreți să faceți și de ce! Implicându-i și pe ei, veți câștiga mai ușor sprijinul și dedicarea lor. Nu alcătuiți un program de recompense pe care să îl impuneți angajaților! Implicați-i și pe ei în alcătuirea lui, întrebându-i ce și-ar dori să conțină respectivul program. Implicându-i, vor avea un sentiment de importanță, lucru care îi va atrage de partea voastră și a programului pe care doriți să îl implementați. Angajații trebuie să înțeleagă din atitudinea dumneavoastră că programul de recompense este ceea ce faceți pentru ei, nu ceva ce le impuneți.

Bunul simț nu e întotdeauna o practică comună

Nu ceea ce credeți sau ziceți e important, ci ceea ce faceți. Recunoașteți-le oamenilor rezultatele zilnice! Dacă vă doriți de la angajați un anumit comportament, trebuie să aveți comportamentul respectiv, să susțineți prin comportamentul propriu strategia de motivare a angajaților. Fiți exemplul de urmat pentru angajații dumneavoastră, așa cum spunea Gandhi: „Fii schimbarea pe care vrei să o vezi în lume!”

Scris de Oana Ibanescu

TEAMBUILDING LA BIROU – 82 DE EXEMPLE PRACTICE DE MOTIVARE NONFINANCIARĂ

Mic îndrumar pentru managerii care vor să constituie echipe eficiente

Actualul context economic are și partea plină a paharului, anume că ne împinge să ne imaginăm soluții de eficientizare a activității companiei. **Teambuilding la birou** este un concept relativ nou. El se referă la acele activități care pot fi făcute la birou și au în vedere îmbunătățirea atmosferei de lucru, creșterea coeziunii echipei și sudarea relațiilor de echipă. „Teambuilding la birou” nu este numai o „soluție de criză”, ci poate fi o stare permanentă care are efecte benefice asupra angajaților. În primul rând, prin activități gen teambuilding la birou se realizează motivarea nonfinanciară a angajaților, iar un efect direct al motivării nonfinanciare duce automat la fidelizarea angajaților și la creșterea performanței acestora.

Am scris foarte multe articole despre motivarea nonfinanciară, pe care le puteți accesa gratuit pe site. În acest articol o să mă opresc la exemplificarea teambuildingului la birou prin câteva exemple pe care sper să le găsiți utile. Unele idei, pentru a fi puse în practică, necesită un mic efort financiar, însă cele mai multe idei nu costă absolut nimic.

1. Mici cadouri, de aceeași valoare, dar diferite, oferite variat în funcție de performanțe.
2. Când ceva pozitiv se întâmplă, scrie un bilet și pune-l într-o cutie specială („smile box”). Cineva va citi câte un bilet pe zi/săptămână.
3. Pune o steluță aurită sau un post-it cu un mesaj de mulțumire pe computerul angajatului.
4. Un prânz de întâmpinare pentru colegii nou veniți.
5. Un picnic cu toți colegii din echipă este mai mult decât binevenit.
6. Bilețele de mulțumire scrise de mână (managerului)/ alternativ e-mail.
7. Anunț în newsletter-ul companiei.
8. Pizza party cu tot departamentul.
9. Să citești scrisori de la clienții multumiți în fața angajaților.
10. Fă un sondaj de opinie printre angajați ca să afli ce își doresc ei în ceea ce privește atmosfera de lucru.

11. Înghețată/cafea etc. dăruite de către manager personal.
12. Recunoaștere one-on-one: întâlnire între manager și angajatul de recompensat.
13. Prânză de masă mai mare (într-o singură zi 😊).
14. Tricouri cu logo-ul firmei.
15. Ore/zile libere.
16. Cești de cafea personalizate.
17. O strângere de mână și o felicitare din partea ta/ a directorului general.
18. Prânzuri sau întâlniri cu echipa, în care sunt recunoscute meritele angajaților.
19. Bilete la film sau la teatru.
20. Să dai telefoane acasă să verifici dacă familia angajatului este în regulă, atunci când acesta este plecat într-o delegație.
21. Să tratezi persoanele ca pe unele profesioniste dacă vrei profesionalism din partea lor.
22. Mici premii oferite public pentru cea mai bună idee, cea mai bună sugestie, orientare către client etc.
23. O sesiune de motivare ținută de managerul firmei (îi învață pe angajați că au încrederea, abilitatea și oportunitatea de a schimba și îmbunătăți mediul personal și profesional).
24. Premii anuale care să poarte numele unor angajați care au făcut ceva memorabil.
25. Un simplu „Mulțumesc!” sau „Bravo!” are un efect magic.
26. Flori sau bomboane însoțite de o felicitare din partea managerului.
27. Întâlniri cu toți colegii în afara locului de muncă, într-un spațiu mult mai relaxant (ex: munte, o pădure, un lac etc.).
28. Prânzuri cu toată echipa, unde să se discute orice în afară de lucruri legate de servicii.
29. Felicitări cu ocazia zilelor de naștere.
30. O echipă care, folosind un buget redus, să se ocupe de motivarea angajaților.
31. O cină plătită de firmă cu absolut toți angajații firmei.
32. Flexibilitate în ceea ce privește alegerea perioadei de concediu pentru un angajat care a avut rezultatele cele mai bune sau a depășit targetul.
33. Aprecieri spontane: un post-it pe care să scrie „Felicitări!” pe parbrizul mașinii.

34. Bilete la un meci de fotbal.
35. Un premiu trimestrial pentru cea mai bună participare/cel mai punctual angajat (premiul ar putea fi câteva ore libere).
36. Un premiu anual pentru cel mai punctual angajat (ex: un pix personalizat, o diplomă).
37. O sedință de masaj.
38. „Prietenul secret”: de la angajat la angajat, aceștia își fac cadouri periodice care să amintească de evenimentele personale din viața angajaților.
39. Lasă-i pe angajați să plece mai devreme de la serviciu dacă și-au atins sau depășit targetul zilnic.
40. Adu ceva din vacanță pentru angajații tăi.
41. Afișează o scrisoare de mulțumire a unui client.
42. Trimite-i o scrisoare de mulțumire soțului sau soției unui angajat pentru a-i mulțumi pentru sprijinul pe care i l-a acordat partenerului în ceea ce a întreprins.
43. Organizează pe zile muzica la birou (fiecare angajat, prin rotație, este disk-jockey-ul zilei)
44. Fii creativ în legătură cu zilele de naștere ale angajaților: în loc de baloane și prăjituri ca și cadou, „completează” cu echipa ca să faceți cadouri mai frumoase, personalizate și mereu altele.
45. Nu tolera bârfa! Încurajează atitudinile pozitive.
46. Cărți de vizită personalizate cu porecle.
47. Mergeți împreună cu toți angajații la un restaurant și închinați un pahar de vin în cinstea tuturor angajaților, numind meritele pe care le are fiecare în echipă.
48. În cinstea unui obiectiv atins sau a unui rezultat foarte bun, cumpără un obiect (destul de mare; ar putea fi o sticlă de vin sau un tricou etc.) pe care să semneze toate persoanele care au lucrat la respectivul proiect. Puneți-l la loc de cinste, astfel încât angajații să îl poată vedea și să își amintească cu plăcere de rezultatele pe care le-au obținut la respectivul proiect.
49. Cafea/ceai gratis pentru angajați în zilele friguroase sau băuturi răcoritoare în zilele caniculare, invocând un rezultat bun pe care l-au avut; acestea au un efect mult mai bun dacă sunt servite de manager.
50. Fă-ți întotdeauna timp să-ți feliciți și să-ți încurajezi echipa.
51. Dă feedback zilnic în legătură cu performanța angajaților.
52. Recunoaște în public meritele unui angajat.
53. Fă publice feedbackurile pozitive ale clienților.

54. Ca semn de recunoaștere, dați angajaților produse ale firmei.
55. Cană de cafea personalizată (porecla, „Angajatul lunii decembrie” etc.).
56. Calendar anual cu toți angajații companiei.
57. Întâmpină într-o dimineață angajatul sau angajații care au avut rezultate deosebite cu o cană de cafea de care să fie legate niște baloane.
58. Tricouri comemorative (care să amintească de un anumit proiect, de un anumit rezultat).
59. Un buchet de flori care să plece de la manager către un angajat care a avut rezultate foarte bune în ultima perioadă. Acest angajat va păstra buchetul de flori timp de o oră, după care îl va da mai departe unui coleg care consideră el că îl merită și tot așa... Acest procedeu poate continua atât de mult timp cât florile rămân proaspete.
60. Scrie câte trei lucruri pe care le apreciezi la membrii echipei tale și dă-le aceste notițe personal.
61. Încurajați fiecare departament să aibă propriul lui program de recunoaștere.
62. Găsește cât mai multe motive ca să sărbătorești și să îți faci colegii să simtă atmosfera plăcută de la serviciu.
63. Pizza gratis pentru o anumită persoană sau pentru un departament la depășirea targetului.
64. Întâlniri cu toți angajații companiei, unde să se prezinte slide-show-uri cu poze ale angajaților și poze legate de rezultatele lor, pe fundal muzical (funcționează pentru empowerment); managerul firmei felicită persoana/persoanele, echipa/echipele care au avut rezultate bune.
65. Trebuie să recunoști și să recompensezi și îmbunătățirile angajaților, nu doar înalta performanță.
66. Atunci când vezi ceva care nu funcționează, dacă nu ai timp să te ocupi, notează-ți!
67. Cultura organizațională: în ce mediu a lucrat? Relaxant, intens, stresant.
68. Cum poți să-i atragi pe cei mai buni? Fiind cel mai bun!
69. Dați-le oamenilor ce se așteaptă și ceva în plus!
70. Unii angajați au memorie „selectivă”! Luați notițe și faceți o copie pe care i-o înmânați.
71. „Este posibil orice” versus „nu sunteți în stare”! Se poate!
72. Sinergia echipei: inamicul comun, țeluri comune, sărbătorirea victoriilor.

73. Degeaba ai ușa deschisă, dacă nu ai și mintea deschisă (judecă problema, nu persoana).

74. Păstrarea informației reprezintă o sursă de putere, dar nu una motivatoare!

75. Cereți ajutorul! Orice prost poate critica, condamna sau se poate plânge!

76. Nevoia emoțională primează în fața oricărei nevoi! Oamenii vor să fie doriți, apreciați, respectați și necesari.

77. Hoția cea mai mare este lenea excesivă; când cineva este excesiv de leneș, așteaptă-te ca ceilalți angajați să fie demotivați. Prin urmare, nu tolera lenea!

78. Motivate: normare... sau mai bine - reperi!

79. Nu acorda premii fixe întotdeauna; acordă și variante când este posibil!

80. Sabotori externi, mesaje negative! Mesaj negativ... contrabalansează-l cu o vorba bună! Atitudine pozitivă!

81. Dacă tu crezi că poți, atunci poți; dacă tu crezi că nu poți, atunci nu poți! Ajută-i pe oameni să poată!

82. Angajații, înainte de toate, vor să știe cât de mult vă pasă de ei, nu cât de multe știți!

Cum aplici aceste idei?

Pentru început le poți printa pentru a le avea mereu în atenție. Apoi alege să pui în practică numai câteva dintre ele. Nu încerca să le pui în practică pe toate odată, pentru că o să-i sperii pe angajați. Nicio idee nu funcționează oricum și oriunde. Când una dintre idei nu funcționează, încearcă altă idee. Aceste idei nu se bagă pe gât angajaților. Chiar dacă foarte multe dintre ele sunt foarte bune, au fost testate în companii. Este nevoie de tact și diplomatie pentru a le pune în practică. Ideile sunt în esență lucruri mici care cu timpul pot duce la efecte spectaculoase. Nu există o rețetă standard privind forma de aplicare a lor, aceasta este aleasă de manager în funcție de mediul organizațional.

Mult spor în aplicarea ideilor!

Scris de Marian Rujoiu și Cristina Rațiu

ÎNNOIREA UNUI PROGRAM DE RECUNOAȘTERE

Nici măcar cel mai bun program de recunoaștere nu durează o veșnicie. Pentru ca un asemenea program să fie în continuare „proaspăt” și eficient, trebuie să evaluezi periodic ce merge bine și ce nu merge așa de bine în legătură cu programul. Indicatori că programul pe care îl folosești ar putea avea nevoie de o evaluare sunt:

Lipsa de încântare. Dacă energia pentru acest program a dispărut, astfel că nimeni nu mai vorbește despre el, despre persoanele care au fost recompensate cu acest program, despre rezultate, despre premiile puse la bătaie, atunci o evaluare a programului este necesară.

Participarea scăzută. Dacă odată cu trecerea timpului din ce în ce mai puțini angajați (și manageri) participă la acest program, este un semn clar că interesul pentru acest program este în continuă scădere. Un program de recunoaștere bun devine tot mai puternic cu trecerea timpului, iar angajații se simt onorați să participe la acest program; recunoașterea primită este valorificată.

Glume și plângeri. Dacă în loc să fie o sursă de mândrie, angajații fac glume pe seama programului de recunoaștere, iar cei care participă la el nu sunt onorați de acest lucru, este clar momentul să reevaluezi scopul, credibilitatea și mecanica acestui program. Pentru ca programul de recunoaștere și recompensă să fie eficient, premiile primite prin intermediul acestui program ar trebui să fie o onoare, nu o glumă.

Reevaluarea programului

Orice program trebuie să înceapă prin colectarea de informații: cine folosește programul (și de ce) și cine nu folosește programul (și de ce nu)? Ce elemente ale programului sunt eficiente și agreeate de angajați? Ce elemente ale programului sunt lipsite de popularitate printre angajați și ineficiente?

Puteți obține aceste informații printr-un simplu sondaj de opinie printre angajați, o discuție într-un „focus group” (grup țintă) sau chiar informații primite individual de la angajați. După aceea, această informație colectată devine punctul de plecare pentru revizuirea programului de recompensare și recunoaștere. Premiile puse în joc nu mai prezintă interes pentru angajați? Participanților le-ar plăcea o selecție mai puțin riguroasă? Le-ar plăcea mai degrabă ca premiile să constea în obiecte pe care să le poată împărți cu familia decât obiecte pe care le pot folosi doar individual? Durează prea mult să strângi punctele necesare? Faceți schimbările de cuviință!!!

Păstrați programul „proaspăt” și eficient!

Odată reenergizat, ce poți face pentru a păstra programul „proaspăt” și eficient? Folosiți varietatea!!! Schimbați felul în care comunicați despre program, bugetul pe care îl folosiți pentru acest program, schimbați managerii care joacă un rol important în susținerea programului ș.a.m.d. Adăugați bonusuri și surprize (cum ar fi un bonus pentru fiecare a zecea persoană recompensată sau un premiu pentru tot departamentul atunci când toată lumea din respectivul departament a fost premiată)!!! Sau, în mijlocul programului, îndreptați-vă atenția către acei manageri care au jucat un rol important în demersul programului și care și-au făcut timp să recunoască meritele angajaților săi și continuă să folosească și să încurajeze programul (dacă managerii își recompensează angajații, pe manageri cine îi recompensează?).

Setați-vă așteptări realiste

Nu vă așteptați ca programul să funcționeze pentru totdeauna. Majoritatea programelor de recunoaștere au o viață de la 12 până la 18 săptămâni. Este posibil să creați un program de recunoaștere eficient, care durează mai mult de 18 săptămâni, dar necesită din partea dumneavoastră un efort și mai mare pentru a păstra un nivel înalt de energie și pentru a face în așa fel încât angajații, nu conducerea, să fie elementele proeminente ale programului.

Implicați și persoanele din top management în programul de recunoaștere

Pentru ca un program de recunoaștere să reziste în timp, este nevoie de sprijinul și de implicarea top managementului. Acest lucru nu presupune doar o semnătură din partea unui manager pe un bilet de felicitare sau doar prezența fizică a managerilor la evenimentele de recunoaștere, ci, mai mult, managerii trebuie să folosească acest program zilnic pentru a le arăta angajaților că ei cred cu adevărat în el. Managerii, prin atitudinea lor, trebuie să încurajeze nu doar angajații, ci și pe ceilalți manageri să folosească programul de recunoaștere și să evidențieze oportunitățile de recunoaștere.

Nu există metodă corectă, care să fie pe placul tuturor!

Cris de Oana Ibănescu

3.2. Antreprenoriat

CUM POȚI DEVENI ANTREPRENOR?

Tot mai des, în ultima vreme, discutând cu oamenii online sau față în față, m-am confruntat cu situația în care ei jucau un joc al resemnării, al victimizării sau al pesimismului. Am auzit de zeci de ori următoarele cuvinte: „Am potențial, am trimis CV-ul la sute de firme, însă nimeni nu mă angajează”.

În afară de a-ți mai aranja puțin CV-ul și a nu mai transmite scrisori de intenție „universale” potrivite pentru orice post vrei să aplici, există multe soluții, mai poți să faci ceva și anume să-ți deschizi propria afacere.

În acest articol mi-am propus să vorbesc despre primii pași în antreprenoriat, mai ales în cazul în care ai un șef care nu-ți place deloc și consideri că ai potențial. Nimic nu te oprește să-ți deschizi propria afacere.

Pentru început, aș vrea să-ți spun ce nu-ți trebuie obligatoriu pentru a deschide o afacere:

- nu-ți trebuie un MBA;
- nu-ți trebuie economii în bancă;
- nu trebuie să fii obligatoriu absolvent de facultate.

În schimb, pentru început îți trebuie câteva lucruri:

1. hotărâre
2. putere de muncă
3. voință
4. credință în ideea pe care vrei să o pui în practică.

Prima problemă de care se lovesc „potențialii antreprenori” este că în scurt timp ei constată: „Este mai greu decât credeam”. În aparență, a fi propriul șef pare un lucru simplu văzut din exterior, de cele mai multe ori însă trebuie să muncești mult mai mult pentru a avea propria afacere. Din această cauză spuneam mai sus că trebuie să ai putere de

muncă. Celelalte trei ingrediente (hotărârea, voința și credința) îți vor asigura energia necesară ducerii proiectului mai departe.

Primul obstacol, în cazul în care hotărâți să vă deschideți o afacere, sunt prietenii. Paradoxal, așa este. Cei mai mulți vă vor descuraja, nici n-o să termini de spus ideea și-ți vor zice: NU VA MERGE PENTRU CĂ...! Acesta este un adevărat război psihologic. O să auzi de atâtea ori acest lucru și va fi foarte greu să ai puterea să mergi mai departe. Ca mecanism de apărare, ori de câte ori îți va spune cineva acest lucru te poți gândi: UITE UN ASPECT INTERESANT, O SĂ-L IAU ÎN CALCUL ȘI O SĂ GĂSESC CEA MAI BUNĂ CALE! Practic, poți folosi toți acești oameni care te descurajează în interesul tău, îi poți folosi ca resurse. Până la urmă ei îți dau „consultanță pe gratis”.

Ca primii pași pentru a-ți deschide o afacere sunt următorii:

1. Hotărăște-te să devii antreprenor!
2. Găsește ideea pe care vrei să o pui în practică!
3. Analizează ideea sub toate aspectele ei!
4. Caută potențiali parteneri în cazul în care consideri că ai nevoie!
5. Pune pe hârtie un mic plan de afaceri!
6. Aplică o strategie de marketing potrivită ideii!
7. Treci la implementare!

Eu, care scriu aceste rânduri, chiar consider că știu despre ce vorbesc. În urmă cu 5 ani, nu pot spune că nu-mi mergea bine, ba din contră. Am hotărât însă că doresc mai mult. Am devenit propriul șef, iar Extreme Training merge foarte bine. Am avut totdeauna o plăcere în a-i ajuta pe cei care vor să deschidă o afacere și totdeauna i-am încurajat.

Scris de Marian Rujoiu și Dan Lambescu

TREI PROBLEME ALE AFACERILOR NOU ÎNȚIATE ȘI SOLUȚII ALE ACESTORA

Sunt trei probleme cu care se confruntă cel mai adesea start-up-urile din România

1. dorința de a vinde cât mai mult (nu se realizează segmentarea de piață)
2. lipsa de credibilitate din partea potențialilor clienți
3. lipsa pregătirii agenților de vânzări

În ce situații apare fiecare dintre aceste probleme?

Prima problemă apare în situația în care start-up-urile se adresează tuturor: persoane fizice, persoane juridice, instituții, persoane de toate vârstele, indiferent de ocupație, indiferent de nevoile acestora. Kotler, părintele marketingului, spunea: „**nu vă pot da formula succesului, dar v-o pot da pe cea a eșecului: încercați să mulțumiți pe toată lumea!**”

Lipsa de credibilitate apare automat în cazul unui start-up. Potențialii clienți vor manifesta reticență crescută atunci când au de-a face cu o firmă proaspăt înființată. Atunci când oamenii cumpără, sunt de cele mai multe ori atenți pe ce dau banii, prin urmare sunt atenți și la experiența furnizorului, la portofoliul acestuia.

A treia problemă, și anume lipsa pregătirii agenților de vânzări, este una prezentă în majoritatea start-up-urilor. De obicei, din dorința de a eficientiza costurile și prin prisma lipsei de experiență, antreprenorii presupun că a vinde este un lucru foarte ușor. De obicei chiar antreprenorul face și vânzările la început. Depinde însă de pregătirea antreprenorului. Dacă are experiență în vânzări, atunci lucrurile sunt ceva mai simple. De cele mai multe ori însă, start-up-ul, din dorința de a nu investi foarte mult, angajează persoane la început de pregătire. Astfel, agentul start-up-ului va concura cu agenți extrem de pregătiți din companiile concurente. Acești concurenți au investit în training pentru angajați și au și experiență foarte bogată.

Care sunt cauzele fiecăreia dintre aceste probleme?

Efectele problemelor de mai sus fac de cele mai multe ori ca 9 din 10 afaceri să dea faliment în primii 5 ani. Prin prima problemă compania

va constata după scurtă vreme, fără să înțeleagă de ce, că are vânzări mult sub așteptări. Lipsa unui segment de piață precis conduce prin sine la dezinteresul tuturor categoriilor către care s-a orientat, dintr-un motiv simplu: fiecare segment de piață va înțelege că nu se adresează lui, că se adresează în general tuturor.

Lipsa credibilității, a doua problemă întâlnită de majoritatea start-up-urilor, nu poate fi eliminată complet și automat, cel puțin la început. Cel mai probabil nu vei avea vânzările spectaculoase.

A treia problemă, cea a lipsei de pregătire, la fel poate avea un efect devastator asupra companiei. Poți să ai un produs extraordinar, fără agenți însă care să știe să pună în valoare beneficiile a ceea ce ai de oferit se poate ajunge în situația în care start-up-ul nu vinde absolut nimic.

Majoritatea start-up-urilor sunt predispuse la problemele de mai sus. Sunt predispușe mai ales start-up-urile conduse de un antreprenor specialist care nu are însă cunoștințe despre marketing și vânzări sau are foarte puține. Altă cauză este ignoranța și anume: neluarea în serios a problemei vânzărilor decât prea târziu, atunci când nu mai este nimic de făcut.

Cum poate fi evitată fiecare dintre aceste probleme?

Vestea bună este că aceste probleme pot fi evitate. Primul pas este conștientizarea acestor probleme și întocmirea unui plan de bătaie.

Segmentarea de piață trebuie făcută obligatoriu. Este bine să se facă puțin studiu sau să se apeleze la un specialist. Ideea este simplă: trebuie ca start-up-ul să poată descrie cât mai amănunțit cui se adresează și apoi să-și facă toată promovarea în raport cu acest public țintă. Trebuie să cunoști multe lucruri despre piața către care mergi: vârsta, obiceiuri, puterea de cumpărare, nevoile, problemele, aria geografică, hobbyuri etc.

Problema credibilității nu poate fi eliminată complet, ci pot fi făcute anumite lucruri pentru a o atenua. Multe companii folosesc prețul foarte mic drept strategie pentru intrarea pe piață, dar atenție să nu fie extrem de mic pentru că va atrage multe suspiciuni. Apoi, pentru sporirea credibilității, puteți abate atenția prin lansarea unor produse sau servicii care au clar un avantaj competitiv față de celelalte. La fel, credibilitatea poate fi construită prin prezentările pe care le faceți, prin profesionalismul web-site-ului și prin modul cum încercați să faceți vânzare. În plus, solul credibilității afacerii va fi chiar agentul de vânzări. Acesta trebuie să fie un om integru, atent la nevoile clienților, un bun

vânzător și o persoană care trebuie să creadă cu adevărat în ceea ce vinde. Mai poate fi făcut ceva - și anume dezvoltarea unui marketing bazat chiar pe acțiuni care să sporească credibilitatea, cum ar fi: apariții în presă, acțiuni demonstrative, articole de specialitate sau oferirea de mostre gratuite.

Pregătirea agentului de vânzări este aspectul esențial. Acesta trebuie instruit continuu. Agentul de vânzări este cel care poate vinde și poate asigura profitul afacerii. Astfel, ca start-up ai două variante: fie ieși o persoană mai puțin pregătită, dar cu potențial și o instruiеști cât mai repede cu putință, fie găsești o persoană cu experiență în domeniu (experiență de vânzare pe produse sau servicii similare).

Problemele de mai sus au soluții și pot fi anticipate. Chiar și în cazul în care ai deschis afacerea și nu ai fost atent la aceste probleme, nu-i târziu nici acum. Practic, soluțiile de mai sus rămân de actualitate și în cazul în care a trecut ceva timp de când au apărut problemele.

Problemele de mai sus nu apar doar în domeniul unei afaceri nou inițiate. Ele pot să apară și la companiile aflate în dezvoltare sau chiar la cele ajunse la maturitate. Adaptați sfaturile de mai sus nevoilor companiei dumneavoastră și ori de câte ori aveți o întrebare puteți vizita blogul meu personal www.marian-rujoiu.ro urmând să vă răspund cu cea mai mare plăcere.

Scris de Marian Rujoiu și Cristina Rațiu

CUM ACCESEZI ȘI IMPLEMENTEZI PROIECTE CU FINANȚARE EUROPEANĂ

Din luna mai 2009 până în august 2010, Extreme Training derulează proiectul Business StartUp cofinanțat prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane prin Ministerul Muncii, Familiei și Egalității de Șanse și de Uniunea Europeană prin Fondul Social European.

În interviul de mai jos cu Marian Rujoiu, General Manager Extreme Training, aflați detalii despre cum puteți accesa acest program, despre scrierea și managementul proiectului, precum și sfaturi privind implementarea unui proiect cu finanțare europeană.

Cum a luat naștere ideea de proiect?

Proiectul s-a născut din dorința Extreme Training de a oferi posibilitatea tuturor celor interesați de a-și dezvolta abilitățile antreprenoriale, fără implicații financiare din partea acestora. Totodată, a realiza un proiect cu finanțare din fonduri europene este o dovadă de implicare socială activă din partea unei firme, care conștientizează necesitatea atragerii acestor sume către sectorul privat, pentru dezvoltarea sustenabilă a acestuia. Pe lângă aceste aspecte am luat în calcul și dezvoltarea companiei, proiectul contribuind din plin la împlinirea acestui deziderat.

Cum a decurs procesul de elaborare a proiectului/a cererii de finanțare? Ce dificultăți ați întâmpinat în elaborarea proiectului?

Având în vedere că unul din domeniile în care Extreme Training are expertiză este cel de scriere proiect/management de proiect, scrierea proiectului nu a reprezentat o problemă. Trebuie însă acordată o mare atenție la Ghidul Solicitantului, care trebuie parcurs integral și corelat în permanență cu corrigendum-urile pe care cei de la AM POSDRU obișnuiesc să le dea. Practic, trebuie să fii foarte atent și să accesezi în permanență pagina web a Autorității de Management, pentru că regulile sunt schimbate în timpul jocului destul de des. De asemenea, sunt multe lucruri în ghidul solicitantului destul de subiective, care lasă loc de interpretare, și o parte dintre ele nu pot fi clarificate nici măcar de reprezentanții AM POSDRU.

Care este, după părerea dvs., cea mai importantă parte din cererea de finanțare/proiect căreia solicitanții trebuie să îi acorde maximă atenție?

Bugetul este un element esențial în cadrul oricărui proiect, după cum reiese și din punctajul pe care un proiect îl poate obține la evaluarea bugetului în cadrul POSDRU: 25 de puncte din 100. Practic, este necesar ca bugetul să fie unul realist în primul rând, corelat cu prețurile actuale ale pieței, și cât mai bine detaliat pentru a putea fi ulterior și ușor de gestionat. Este foarte important să se respecte toate plafoanele prevăzute în ghidul solicitantului, cum sunt de exemplu costurile de tip FEDR (investiții, echipamente etc.) costuri care nu trebuie să depășească 10% din valoarea totală a proiectului pentru axele prioritare 1-5 și maxim 15% pentru axa prioritară 6. Un algoritm similar se aplică și costurilor administrative, care nu trebuie să depășească 7% din valoarea costurilor directe ale proiectului. Chiar dacă aplicația electronică permite transmiterea bugetului într-o formă foarte sintetizată (se transmit numai totalurile categoriilor de cheltuieli, fără a prezenta și modalitatea de calcul folosită care a generat acele sume), solicitantul are la dispoziție 7.000 de bytes pentru a justifica bugetul, câmp în care trebuie explicat algoritmul de calcul și argumentate sumele în cauză.

Un alt element important al cererii de finanțare îl reprezintă justificarea proiectului, câmp în care solicitantul de finanțare trebuie să aducă argumente solide pentru a convinge evaluatorul de necesitatea finanțării și implementării proiectului.

Practic, trebuie prezentate, detaliate cantitativ și calitativ nevoile care afectează situația grupului țintă vizat de proiect, beneficiile aduse de proiect și modul în care proiectul va răspunde sau va încerca să soluționeze problemele grupului țintă și valoarea adăugată a proiectului.

Nu este de neglijat nici capitolul sustenabilității, care este de altfel foarte important în convingerea evaluatorului că proiectul își va continua efectele asupra grupului țintă și după finalizare. Astfel că trebuie detaliate modalitățile prin care se va autosuține proiectul din punct de vedere financiar și din punct de vedere instituțional, după finalizarea acestuia.

Care este efortul de timp pe care un solicitant trebuie să îl aloce pentru redactarea unei cereri de finanțare?

Dacă partenerii sunt deja agreeți/stabiliți și există datele necesare (cantitative și calitative despre grupul țintă), aproximativ 8-10 zile sunt suficiente pentru elaborarea proiectului. Nu este însă o regulă generală pentru fiecare proiect, deoarece în funcție de complexitatea acestuia și de numărul de parteneri, efortul necesar pentru elaborarea și

definitivarea proiectului poate fi mai mare sau mai mic, depinde de situație.

Cum apreciați modalitatea de transmitere a proiectelor specifică POS DRU, prin utilizarea aplicației online action web?

Este o modalitate mult mai la îndemâna beneficiarilor și care contribuie la realizarea unor economii în termen de timp, resurse financiare și umane, față de depunerea clasică a unui proiect, de regulă în 3 copii și un original cu toate documentele aferente, ajungându-se de cele mai multe ori la tone de hârtie consumate inutil. Pe de altă parte, limitarea dimensiunii câmpurilor din cererea de finanțare, practice, încadrarea în numărul maxim de bytes permiși reprezintă o adevărată provocare pentru că trebuie să convingi evaluatorul că proiectul propus este necesar și merită finanțarea. Așa că în cuvinte puține trebuie detaliat cât mai exact cu date concrete că nevoile cu care se confruntă grupul țintă nu sunt satisfăcute prin intermediul altor activități și că proiectul își justifică necesitatea.

Cât de mult a durat perioada de evaluare/aprobare a proiectului?

De la momentul depunerii proiectului până la inițierea procedurii de contractare și semnare a contractului de finanțare a trecut o perioadă de aproximativ 8 luni. Proiectul a fost depus în iulie 2008, iar contractul de finanțare l-am semnat la începutul lui 2009.

Cum a decurs procedura de contractare? Cât de ușor ați intrat în posesia prefinanțării?

În perioada de contractare ne-au fost solicitate o serie de documente justificative, care să dovedească statutul firmei, situația economică a acesteia, cât și a partenerilor din proiect. Trebuie mare atenție la documentele solicitate și trebuie obținute foarte repede deoarece timpul de depunere al acestora este foarte scurt, de regulă 10-12 zile calendaristice. Practic, după ce ai semnat contractul poți intra în posesia prefinanțării realizând o cerere prin care o soliciți. În cazul nostru, banii din prefinanțare ne-au fost virăți destul de repede în contul proiectului. În momentul de față suntem la depunerea primei cereri de rambursare, la care s-a muncit destul de mult având în vedere toate documentele solicitate. Cel mai dificil este cu fișa de identificare a grupului țintă, deoarece pentru fiecare persoană implicată în activitățile proiectului este necesar să prezinți autorității de management un formular individual cu datele de identificare ale acesteia. Astfel că, dacă ai un grup țintă de 1.000 persoane, vei avea de realizat cel puțin 1.000 de astfel de formulare.

Cum decurge implementarea proiectului? Care este modalitatea agreată de Autoritatea de Management în privința utilizării contribuției proprii în proiect?

Implementarea proiectului a decurs fără probleme până în acest moment, toate activitățile realizate fiind conforme cu graficul de activități. În primele 6 luni de implementare am achiziționat materialele și echipamentele bugetate în proiect, a fost realizat web-site-ul proiectului și s-a demarat campania de informare a grupului țintă cu privire la oportunitățile proiectului. Din toamnă vor începe cursurile. În privința prefinanțării nu există o regulă aplicabilă tuturor beneficiarilor, sau cel puțin nouă nu ne-a fost comunicată de AM POSDRU. Noi am mers pe varianta în care am asigurat partea de contribuție proprie pentru prima tranșă de rambursare, ceea ce înseamnă că din suma solicitată vom primi cu 5% mai puțin.

Ce sfat puteți acorda potențialilor beneficiari de finanțare în ceea ce privește procesul de elaborare, contractare și implementare a proiectului?

Să lucreze cu multă atenție față de documentele importante: ghidul solicitantului, corrigendum-uri etc., să ceară în permanență clarificări la AM POSDRU atunci când aspecte din ghid par foarte subiective și să mențină lucrurile cât mai simple și pe înțelesul evaluatorilor. Cu atât mai mult cu cât există limitarea de spațiu pentru cererea de finanțare. Având în vedere experiența noastră, am hotărât organizarea de sesiuni de training pentru împărtășirea experienței noastre în detaliu. Detalii despre cursuri pot fi găsite pe www.traininguri.ro. Extreme Training este o companie ce oferă servicii de training în domeniul managementului și al negocierii, înființată în 2005. Misiunea Extreme Training este de a crea angajați mai performanți, de a dezvolta abilități și de a găsi soluții.

Sper ca aceste informații să vă fie de un real folos!

Interviu acordat de Marian Rujoiu

MANAGEMENTUL VIEȚII ȘI AL RESURSELOR UMANE

Management: lăsat singur, cuvântul nu excelează prin înțeles. Asociat altor cuvinte, prinde sens (încearcă Viața, Resurse Umane). Intensitate sensului e variabilă.

Managementul Vieții începe cu țipătul pornit din Minte goală în ticăitul Programat al Timpului.

Intrăm în prima organizație, Familia, ca membru cu drepturi depline. Creștem în cultura ei organizațională, ne dezvoltăm, evaluăm și ne lășăm evaluați, recompensați și pedepsiți, dezvoltați, măsurăți cu Hărți de Competențe gândite de generații trecute, care ne pregătesc pentru un viitor neclar și-n mintea lor.

Ca membru cu drepturi depline, așa mic, devii managerul propriei tale vieți, contribuind – sau NU – la dezvoltarea culturii organizaționale în care ai intrat.

Te lași modelat ca o plastilină de cei care îți „vor binele”, ajungând să trăiești într-o cămașă de forță care nu are nicio legătură cu viața ta, cu dorințele și aspirațiile tale. Ajungi să accepți fără împotrivire Cultura organizațională tip:

*„Fii cuminte!
Nu e frumos!
Să nu mă faci de râs!
Fă ce-ți spun!
Mănâncă tot!
Nu mai băga aia în gură!
Nu plânge!
Fii bărbat!
Nu așa se poartă o domnișoară!
Îmbracă-te cu asta!
Tunde-te!
Nu vorbi urât!
Ai grijă cum te porți!”*

Sau te revolți și devii un copil „rău”...

Cu Binele și Răul învățate din povești, ajungi în cultura organizațională a școlii. Aici - ca și acasă - ți se spune că trebuie să fii

cel mai bun, să fii la fel de bun la toate (!), ți se interzice să scrii cu stânga (deși tu cu stânga simți că poți să scrii și nu înțelegi ce-i rău în asta!), încerci să deslușești Competiția ca bază a succesului multilateral (!). Pe nimeni nu interesează talentul tău.

Ajunși din nou la Modelare... sau la Revoltă când înțelegi că dorințele tale diferă de-ale lor, încercând să te formezi liber după propriile tale reguli și aspirații. În căutarea propriei Căi, accepți doar minima reglementare a Punctului de Start și de Sosire asumându-ți alegerea traseului dintre cele două repere.

Cu 7 ani de acasă și ceva școală, ajungi în prima companie dispusă să primească generația de mâine.

Dacă te simți bine, rămâi și parcurgi diverse dimensiuni ale Resurselor Umane, pe care le știi deja din managementul propriei Vieți: Selecție și Integrare, Evaluarea Performanței, Training și Dezvoltare, Compensații și Beneficii, Managementul Competenței, Succesiune și Carieră, Managementul Capitalului Uman, Dialog Social și Relații de Muncă.

Dacă nu, pleci în căutarea Împlinirii și Fericirii într-o organizație ale cărei interese și valori se suprapun peste interesele și credințele tale. Sau rămâi și dacă nu ți-e bine, trăind Nemulțumit cu tine și cu ceilalți asemeni ție.

Repetarea conduce la învățare. Uneori, rareori, la înțelegere.

Repetarea exagerată conduce la pierderea sensului. Limita Învățare/Înțelegere / Pierderea sensului este individuală. Îmi vine în minte o integrală simplă dintr-o funcție de Repetare (x), aplicabilă în intervalul închis [Învățare; Pierderea sensului] cu valori în [Împlinire Profesională; Viață Personală].

Managementul Vieții seamănă cu Managementul Resurselor Umane?

Posibil. Amândouă au dimensiuni comune și se învață!

Scris de Florin Rău

SFATURI CHEIE ÎN RECRUTARE

Am și eu nevoie de niște sugestii referitoare la recrutarea unui director de vânzări. Cam pe ce anume ar trebui structurat interviul și ce teste ar fi relevante pentru a obține rezultatele necesare? Vă mulțumesc!

Cam asta ar fi problema. Ești pus în situația de a face o recrutare și nu știi dincotro să o apuci! În acest capitol o să găsești câteva sfaturi pentru a face o recrutare eficientă, exemplificând cazul de față, cel al directorului de vânzări!

De unde începem?

Începem prin a ne clarifica ce vrem de la postul respectiv. Adică trebuie să definim rezultatele. Înainte de a face postul public, înainte de a te întâlni cu potențialii candidați trebuie să știi clar ce cauți. Ce cauți s-ar putea să fie definit în fișa postului. Dacă fișa postului nu te ajută prea mult, fiind foarte generală, vei merge mai departe și vei întocmi profilul candidatului ideal. În cazul de față, având informații minime, pentru directorul de vânzări eu aș propune următorul profil cadru:

1. să cunoască domeniul vânzărilor;
2. să cunoască domeniul în care urmează să activeze;
3. să fie orientat către rezultate;
4. să aibă bune abilități de comunicare;
5. să aibă abilități de coordonare;
6. să poată privi o situație atât în ansamblu, cât și în detaliu;
7. să aibă inițiativă;
8. să aibă capacitate analitică și sintetică;
9. să fi lucrat minim 1 an în domeniul vânzărilor;
10. să aibă minime abilități manageriale și de leadership.

Cam aceasta ar fi o fișă cadru. Aici trebuie să fii foarte atent, pentru că a ști să vinzi și a conduce o echipă de vânzări sunt două lucruri total diferite. Multe companii eșuează promovând în această funcție pe cel care are rezultatele cele mai bune în teren. Eșuează pentru că cel care s-a dovedit foarte bun în a vinde un produs nu are abilități manageriale (de a conduce o echipă). Prin urmare, cine are rezultate foarte bune nu este obligatoriu cel mai bun manager. Sunt viziuni și păreri că aceste

domenii nu au nicio legătură, mergând până la a spune că un șef nu trebuie să fi avut neapărat experiență în domeniu. Un șef trebuie să aibă capacitatea de a-i motiva, de a-i încuraja, de a-i monitoriza, de a-i controla.

După cum observați, într-adevăr fișa de post a unui director de vânzări este cu mult diferită de cea a unui agent de vânzări!

Pasul 2 – Anunțul de recrutare

Aici are loc adevărata triere. Anunțurile nu trebuie să fie nici de jumătate de pagină, nici de un rând, ele trebuie să aducă oamenii care pe tine te interesează. Pot să-ți sosească și 1000 de CV-uri și să nu găsești pe nimeni potrivit! Anunțul trebuie să fie bine direcționat astfel încât să ai posibilitatea de a alege pe cel mai bun dintre cei buni! De exemplu, dacă ai nevoie de o secretară poți da un anunț de genul: *Angajăm persoană organizată pentru activitate de secretariat. Persoanele interesate sunt rugate să ne trimită prin fax și e-mail CV și scrisoare de intenție.* Probabil mai poate fi lucrat la acest anunț, însă acesta mi-a trecut prima dată prin minte. Scopul acestuia este de a găsi persoana potrivită. Prin urmare, o activitate de secretariat înseamnă faxuri, e-mailuri, organizare etc. Puține persoane vei găsi dispuse să-ți trimită CV-ul atât prin fax cât și prin e-mail. Însă acele persoane care îți vor trimite sunt mai degrabă potrivite pentru această activitate! Nu vreau să lungesc explicația, voi mai da încă un exemplu pentru clarificare.

De exemplu, cel al directorului de vânzări. Presupunând că ești într-o situație de declin și ai nevoie de un director de vânzări care să aibă inițiativă! Cum poți da un anunț astfel încât să nu spui doar că vrei un director cu inițiativă, ci să și găsești un director cu inițiativă! Nimic mai simplu! Anunțul tău trebuie să verifice dacă el are inițiativă sau nu. Astfel, cel mai potrivit anunț poate fi ceva de genul acesta: *Companie multinațională de bere așteaptă să o suni pentru a te programa la un interviu în vederea ocupării postului de director vânzări. Află mai multe detalii și programează-te la interviu la telefon 0726.00.55.33.*

Într-adevăr, anunțul este destul de agresiv, însă el îți poate asigura succesul. Nu vă așteptați ca telefonul să sune nonstop, pentru că acesta nu va suna. Scopul nostru nu este însă de a avea activitate telefonică, ci de a găsi candidatul potrivit din miile de candidați ce-și caută loc de muncă! Anunțul dat ne garantează că doar cei cu inițiativă vor suna.

La fel și pentru un agent de vânzări, poți insera în textul anunțului:

Sună-ne și convinge-ne că ești ceea ce noi căutăm! Când aceștia sună, poți face de asemenea o triere, prin întrebări filtru. Să sperăm că vei aplica această tehnică, pentru aplicare din posturile pe care le ai vacante. Să trecem însă la pasul următor.

Pasul 3 – Interviu

O întrebare bine pusă face cât o mie de răspunsuri! Odată ce ai stabilit ce vrei, trebuie doar să-ți dai seama dacă persoana pe care o ai în față este în conformitate cu ceea ce cauți. Un specialist în recrutare știe ce are de făcut, însă câteva sfaturi în plus nu strică nimănui. Să spunem că te interesează capacitatea lui de sinteză. Pune-l să-ți spună o părere generală despre evoluția vânzărilor de dero (un domeniu pe care-l cunoaște sau care te interesează să vezi dacă-l cunoaște). Din răspunsul lui vei vedea dacă are capacitate de sinteză, în sensul că a surprins (sau nu) principalele aspecte pe această zonă. Dacă el cunoaște domeniul, însă a abordat numai un aspect din acest domeniu pe care l-a despicat până în cel mai mic detaliu, s-ar putea să fie un om profesionist, însă nu este ceea ce cauți tu. Presupunând că ți-a răspuns foarte bine în ansamblu, vezi în detaliu cum se descurcă!

Alte exemplificări

De exemplu, vrei să afli dacă este orientat către rezultate, întreabă-l ce a făcut în ultimul an! Unii vor vorbi despre realizările lor, de rezultatele pe care le-au avut, alții vor vorbi despre capacitatea lor de a rezolva probleme, iar alții doar despre probleme, alții nici de rezultate nici de probleme! Acum tu, dacă știi ce cauți, vei ști dacă ai în față candidatul pe care-l cauți sau nu! Evident, întrebări suplimentare sau de control nu strică niciodată!

Să presupunem că vrei un angajat fidel companiei, care nu va fugi la concurență cu prima ocazie, cu tot cu informațiile din compania ta. Astfel că îl poți întreba despre compania în care a lucrat, cere-i cât mai multe informații. Dacă îți va da toate informațiile pe care i le ceri, cu siguranță nu este ceea ce tu cauți. Bine că ai aflat din timp JJ!

Dacă vrei să afli cât sunt de importanți pentru el oamenii pe care-i coordonează. Tu ca angajator ar trebui să știi dinainte ce director cauți, unul care să pună compania în primul plan sau unul care pune angajatul în primul plan! Pune-l să-ți vorbească despre ultima vacanță, de exemplu, și ascultă! Nici prin cap nu-i va trece ce urmărești. Observă

dacă îți vorbește de locuri, de facilități etc... îți vorbește despre oamenii pe care i-a cunoscut sau îți povestește despre ambele. Tu știind ceea ce cauți!

Să presupunem că ai nevoie de un om plin de creativitate, preocupat în permanență de noi soluții, noi oportunități. Sau poate, din contră, vrei un om care să respecte clar regulile, să nu reacționeze niciodată sub impuls, care să respecte procedurile înainte de toate. Aici numai tu știi ce cauți! Pune-l să-ți povestească despre ultima problemă pe care a rezolvat-o. Cu siguranță cel interviuat va crede că ești interesat de capacitatea lui de a rezolva probleme, însă tu, ca un fin recrutator ce ești, vei fi foarte atent să vezi și să ascuți care este mecanismul prin care el a rezolvat problema! Astfel că el fie va insista pe soluțiile geniale pe care le-a identificat, fie pe procedura standard, care oferea o rezolvare clară!

Cât privește partea de cunoștințe, aici trebuie să-i pui întrebări din domeniu. Întrebarea clasică pentru un agent de vânzări este cum vinzi o sobă la Ecuator sau cum vinzi un frigider la Polul Nord. De regulă, Extreme Training tratează acest subiect al descoperirii a ceea ce ai în față la cursul de manipulare, abia apoi vine pasul doi, acela în care trebuie să acționezi!

În concluzie:

1. Trebuie să știi ce cauți
2. Interviul îți va oferi ocazia să afli dacă cel pe care-l ai în față este în conformitate cu ceea ce tu cauți
3. Întrebările bine puse îți pot oferi mai multe informații decât îți închipui!
4. Limbajul celui interviuat îți va spune clar ce fel de persoană ai în față.

Mai sunt un infinit de lucruri ce pot fi abordate la capitolul recrutare, însă am preferat să le aduc în discuție pe acelea care vă pot ajuta să găsiți ceea ce căutați. Cu această ocazie, și cealaltă categorie, a celor care merg la un interviu, văd că nu e deloc simplu, mai ales dacă în față este un profesionist! Capcanele vor fi la tot pasul!

Mult succes!

Scris de Marian Rujoiu și Alina Rujoiu

PROIECT DE SUCCES SAU PROIECT EȘUAT?

În ultima perioadă, discuțiile despre proiecte s-au înmulțit și s-au întesit... Oameni obișnuiți, anonimi (în înțelesul propriu al adjectivului), „vedete” ale mass-media, entități diverse, dar și mari corporații multinaționale utilizează cu o frecvență năucitoare termenul „proiect” în discuții mai mult sau mai puțin serioase, în știri și în comunicate de presă. Toate aceste „proiecte” și proiecte fie se materializează (rareori în condițiile gândite inițial), fie sunt abandonate în diferite stadii.

Recent, am intrat în posesia câtorva date statistice aduse la cunoștința publicului de către Standish Group International, referitoare la proiecte. Astfel, dintre toate proiectele ce se realizează pe plan mondial, doar circa 16% sunt încheiate la timp, încadrându-se în buget, oferind livrabile la calitatea convenită; aproximativ 30% dintre proiecte sunt stopate din diferite motive, iar restul de circa 54% sunt duse la îndeplinire:

- fie cu depășiri substanțiale ale timpului alocat (durata finală, în medie, fiind mai mult decât dublă față de cea planificată); sau/și
- având costuri care reprezintă aproape dublul bugetului.

Cifrele nu s-au modificat substanțial față de acum 4-5 ani, ceea ce poate conduce la ideea că progresul tehnologic nu determină, în mod concludent, performanța în managementul proiectului.

La prima vedere, doar 16% dintre proiectele demarate sunt de succes, restul fiind într-un fel sau altul, eșuate.

De ce merită să discutăm aceste date? Pentru că:

- un proiect de succes determină încredere care, bine gestionată, devine un ingredient nelipsit al succeselor unor viitoare proiecte; organizațiile care realizează proiecte de succes vor repeta experiența, provocând și producând schimbări benefice;
- un proiect eșuat provoacă teamă, reținere, neîncredere în capacitatea de a duce lucrurile la bun sfârșit, cu toate consecințele corespunzătoare; organizațiile care înregistrează un proiect eșuat vor depune eforturi mari pentru a-și menține competitivitatea.

Cadrul teoretic al conceptului de proiect este definit de triada **buget/durată/calitate**.

Depășirea limitei bugetului, creșterea duratei sau neîndeplinirea condițiilor de calitate convenită fac, tot la nivel teoretic, să discutăm despre un proiect eșuat. De foarte multe ori însă, realitatea este mult, mult mai nuanțată. Situațiile concrete pot balansa proiectul spre succes ori spre eșec.

Să ne imaginăm că proiectul se finalizează într-un timp mai scurt decât durata planificată, calitatea este cea dorită, dar bugetul este depășit. Este oare acesta un proiect eșuat?

Depinde: sunt situații când, pe parcursul derulării proiectului, sponsorul sau clientul cer scurtarea duratei proiectului, asumându-și depășirea bugetului.

O altă situație este cea în care este necesară reducerea bugetului, chiar dacă durata inițial planificată este depășită. Nici în acest caz nu se poate afirma că proiectul a eșuat.

Pe de altă parte, o situație contrară poate fi aceea în care, deși toate elementele triadei de care discutăm au fost îndeplinite, livrabilul proiectului nu mai provoacă acea schimbare benefică dorită inițial sau provoacă chiar schimbări nedorite. Este un exemplu, paradoxal în aparență, de proiect eșuat.

Deși am marcat situații în care, la prima vedere, înțelesul comun al succesului sau al eșecului unui proiect este contrazis, în cele ce urmează vom îndrepta discuția către situațiile majoritare, unde nu mai poate fi loc de nuanțe.

1. Depășirea bugetului – ca factor de eșec al unui proiect

Iată prezentarea succintă a doar câtorva cauze majore ce pot determina creșterea nedorită și incontrolabilă a bugetului:

a) studii precare de fezabilitate financiară, tehnică, socială, a mediului, managerială, organizațională;

Fezabilitatea financiară trebuie să determine foarte corect cash-flow-ul, ratele de actualizare, IRR-ul. Cea tehnică va analiza modul de angrenare a noului sistem, creat prin proiect, cu cel existent. Componenta de mediu și cea socială vor aborda preocupările celor implicați în proiect asupra măsurilor de protejare a mediului și a impactului asupra comunităților locale afectate de proiect. Din punct de vedere managerial se determină implicațiile privind relațiile și practicile de muncă. În fine, trebuie apreciat corect, prin prisma culturii organizaționale, în ce măsură proiectul motivează și poate fi acceptat și susținut.

b) analiza și managementul riscului tratate superficial;

Este evident că riscurile neidentificate sau cele evaluate greșit (ca probabilitate și/sau impact) vor necesita costuri extrabugetare pentru a fi tratate. Se poate ajunge chiar în situația extremă de a abandona proiectul, ceea ce implică pierderea tuturor resurselor consumate până la momentul materializării riscului neidentificat.

c) durata mare a ciclului de viață elementar al proiectului;

Este, în sine, un risc - datorită aspectelor PESTLE (politic, economic, social, tehnic, ecologic, legislativ) care pot schimba radical condițiile în care proiectul evoluează, implicit costurile acestuia.

d) estimarea / planificarea deficitară a resurselor financiare;

Estimarea greșită duce la însăși creșterea finanțării, cât și a costurilor finanțării; planificarea deficitară provoacă sincope în respectarea calendarului proiectului, ceea ce determină esențial creșterea bugetului.

e) probleme financiare cu care se confruntă sponsorul;

Pot duce la cheltuieli suplimentare de conservare, de reprogramare, la materializarea unor riscuri care nu au fost tratate în planul de proiect, cu reflectare în mărirea bugetului.

f) probleme de comunicare apărute în procesele de management de proiect.

Constituie o cauză frecventă a creșterii bugetului proiectului. O bună comunicare cu stakeholderii (în special cu sponsorul și clientul), dar și între membrii echipei de proiect preîntâmpină multe acțiuni de corecție ce se pot dovedi foarte costisitoare pentru buget, dar și pentru durata proiectului.

2. Depășirea duratei – ca factor de eșec al unui proiect

De ce depășirea duratei planificate etichetează, de multe ori, un proiect ca fiind eșuat?

Explicația este evidentă: în multe organizații, realizarea unui proiect face parte din planificarea strategică. Or, creșterea duratei provoacă decalări ale altor proiecte, ceea ce cauzează imposibilitatea atingerii obiectivelor stabilite (așa cum au fost formulate) la momentele planificate. Iată doar câteva posibile cauze care pot provoca depășirea duratei proiectului :

a) planificare defectuoasă;

Nu a fost corect identificată succesiunea activităților din structura WBS, relațiile dintre activități, nu sunt corect alocate resursele, ceea ce duce la depășirea marjelor activităților.

b) management inadecvat al echipei de proiect

Locul și rolul membrilor echipei nu sunt suficient cunoscute; aceștia nu cunosc bine ce au de făcut, se irosește timp pentru clarificări și acțiuni corective.

c) factorii PESTLE.

Ca și în cazul depășirii bugetului, creșterea probabilității de manifestare apare la proiecte ale căror cicluri elementare de viață sunt relativ mari (în general de ordinul anilor).

3. Calitatea necorespunzătoare – ca factor de eșec al unui proiect

Calitatea necorespunzătoare a livrabilului unui proiect poate fi privită din cel puțin două perspective:

a) ca și percepție a existenței unor neconformități (pornind de la definiția „calitatea este măsura în care un set de caracteristici esențiale corespund anumitor cerințe”);

În acest caz, este banal de constatat discrepanța între cererea clientului și livrabilul proiectului (clientul dorește culoarea alb și i se livrează negru).

b) ca și distanță între cerințele și nevoile clientului.

Această perspectivă aduce în discuție abilitatea echipei de management de proiect (și, implicit, a managerului de proiect) de a menține în permanență o comunicare adecvată cu clientul pentru a identifica adevăratele nevoi ale acestuia, nevoi pe care acesta le cuantifică inițial, în mod vag, în cerințe. Continua comunicare va facilita reducerea diferenței cerințe-nevoi. E posibil ca cerințele să nu fie foarte clar reprezentate și formulate de către client încă din fazele inițiale ale proiectului (un exemplu exagerat: „pantof comod” poate avea pentru client semnificația „în care să te simți confortabil timp de 10 ore”, în timp ce pentru managerul de proiect poate însemna „care să poată fi încălțat fără aplecare”).

Scurta analiză a modurilor în care cele trei elemente definitorii ale proiectului pot face diferența între succes și eșec evidențiază un factor comun ce acționează asupra tuturor componentelor triadei. Îmi voi lua libertatea de a-l numi „factorul social al managementului de proiect”, deoarece include relații complexe (comunicare, motivare, recunoaștere, recompensare, leadership etc.) de natură socială, ce se stabilesc între toate părțile implicate în proiect (sponsor, manager proiect, echipă,

client, ceilalți stakeholderi). Importanța acestui factor constă, deci, atât în omniprezența sa pe parcursul întregului ciclu elementar de viață al proiectului, cât și în potențialul de a stabili sensul schimbărilor provocate de proiect.

Faptul că un proiect a realizat obiectivele în durată stabilită, cu bugetul aprobat, la calitate convenită, face, în mod suficient, să fie considerat de succes?

Pentru cei tentați să dea, în mod grăbit și neîndoielnic, un răspuns afirmativ, voi oferi câteva argumente în favoarea meditației...

Revine îndoiala strecurată de răspunsul a cărui formulare se deschide cu „depinde...”:

- depinde de capacitatea organizației de a-și continua activitatea după ce livrabilul a fost predat clientului (nimeni nu poate avea pretenția realizării unui proiect „de succes” în urma căruia organizația să-și vadă amenințată existența);

- depinde de modul și măsura în care schimbările produse de realizarea proiectului sunt benefice pentru organizație;

- depinde de modul în care clientul percepe calitatea livrabilului proiectului, în conformitate cu cerințele sale;

- depinde de modul în care, în urma realizării proiectului, clientul devine fidel organizației.

Așadar, pentru a da șanse unui proiect să fie de succes, echipa de management a proiectului se va asigura, cu necesitate, că:

- ✓ are confirmarea clientului că a înțeles, fără echivoc, necesitățile acestuia, necesități care trebuie îndeplinite de proiect;

- ✓ proiectul pornește de la un studiu de fezabilitate corect întocmit;

- ✓ obiectivele proiectului sunt S.M.A.R.T.;

- ✓ proiectul nu depășește, ca durată, un timp suficient de mic, astfel încât schimbarea mediului extern (mediu ce nu poate fi controlat de echipă) să fie predictibilă, pentru a permite o planificare corectă. Este de preferat ca, în cazul unor proiecte de durată mare, acestea să fie divizate într-o succesiune de proiecte scurte, tocmai pentru ca prognozele asupra factorilor PESTLE să aibă precizie și acuratețe corespunzătoare;

- ✓ riscurile au fost corect identificate, analizate și s-a stabilit strategia corespunzătoare de tratare ;

- ✓ are, în permanență, sprijinul sponsorului;
- ✓ dispune, la momentele potrivite, de resursele umane, materiale și financiare necesare;
- ✓ întreține, cu toate părțile interesate de proiect, o comunicare atât eficientă, cât și eficace;
- ✓ magnitudinea schimbărilor produse de proiect nu va amenința existența organizației;
- ✓ a obținut fidelitatea clientului, pentru viitoare proiecte.

Când toate aceste criterii vor fi fost îndeplinite, riscurile ca proiectul să eșueze tind, asimptotic, la zero...

Succes la... proiecte de succes !

Scris de Constantin Nechita

3.3. Negociere

TIMPUL ÎN NEGOCIERE

Timpul are un rol cheie în negocieri. Poți să-l faci să lucreze în favoarea ta, însă dacă nu ești suficient de atent se poate transforma într-un dezavantaj.

Îmi place foarte mult să dau drept exemple în negocieri copiii. Aceștia sunt cei mai experimentați negociatori. Aplică nativ tehnici pe care nici nu ți le imaginezi. Paradoxul este că pe măsură ce înaintează în vârstă aceste abilități se pierd. Prin antrenament însă ele pot fi reactivate.

De exemplu, îți duci copilul la școală cu mașina. Stați de vorbă și discutați ca între oameni mari. Îți povestește despre școală, despre unde ar vrea să meargă în vacanță etc. Chiar în momentul în care vrea să coboare îți spune că are nevoie de 70 de lei. Îl întrebi de ce și-ți spune că vrea să-și cumpere un set de pixuri. Încerci să ai o conversație cu el despre nevoia lui, însă trebuie să coboare pentru că tocmai ai ajuns la destinație. Copilul coboară din mașină și cu ușa deschisă te întreabă: „Îmi dai, te rog, hai că-ți explic diseară când ajung acasă”. Cel mai probabil vei scoate portofelul și-i vei da cei 70 de lei.

Copiii știu să folosească presiunea timpului. Ar fi putut să-ți spună încă de când s-a urcat în mașină, însă el a ales să-ți spună când nu mai avea timp suficient, când era aproape să coboare. El folosește presiunea timpului pentru a te determina să te decizi. Curios este că, în cazul deciziei pe care o iau oamenii atunci când sunt supuși unei presiuni a timpului, ei cedează de obicei. N-aș putea să explic de ce, cert este însă că în cele mai multe cazuri oamenii cedează atunci când sunt supuși presiunii timpului.

Alt exemplu este cel al reclamelor care te invită să suni chiar în momentul difuzării acestora pentru a achiziționa. Îți mai spun că beneficiezi de un discount dacă vei suna chiar acum. Tot cu presiunea timpului avem de-a face și în acest caz.

La fel sunt și reclamele care îți prezintă o mașină frumoasă pe care o poți achiziționa într-un anumit termen la un anumit preț, oferta nefiind valabilă decât 3 sau 4 săptămâni.

Și agent de vânzări dacă ești, în momentul în care prezinți o ofertă care este valabilă numai astăzi, cel mai probabil cei mai mulți dintre clienți vor fi tentați să o acceseze.

La fel, presupunem că ești din București ai un partener de afaceri din Cluj. Îi spui că mergi la el pentru a-i face o propunere, că vei lua avionul și vei ateriza la ora 14.30 și că aveți două ore la dispoziție să ajungeți la o înțelegere pentru că ai avion de înoarcere la 17.30. Din nou presiunea timpului va lucra în favoarea ta.

Este o maximă a lui Murphy: Ce poți face azi nu lăsa pe mâine, ci pe poimâine, poate nu va mai fi nevoie. Așa și cu timpul, cu cât îi lași timp de gândire mai mare, cu atât probabilitatea de a-l convinge scade. E posibil ca între timp să se întâlnească cu alt agent care va folosi timpul în favoarea lui sau pur și simplu se răzgândește și nu mai cumpără deloc.

Avertismentul pe care vreau să-l fac este că trebuie să dai dovadă de maximă eleganță în folosirea presiunii timpului. Dacă forțezi prea mult, probabil îți este clar că tehnica nu va avea efect, ba din contră.

Reține: În viață nu primești ce meriți, primești ce negociezi!

Scris de Marian Rujoiu

CAPCANA ÎNTĂLNITĂ ÎN NEGOCIERI – ACCEPTUL IMEDIAT

Una dintre numeroasele tactici imorale folosite de negociatori este tactica ofertelor false, care îi angrenează defavorabil în jocul său atât pe vânzători, cât și pe cumpărători. Fie că este vorba de negocierea unui contract, a unui parteneriat sau despre vânzarea unui automobil, această tehnică este atât de des întâlnită, încât am considerat că merită o expunere separată și exemplificată în același timp.

Această tactică presupune că cel care o folosește îți dă un accept imediat pe oferta inițială, arătându-se extrem de interesat, când de fapt el are în minte doar înlăturarea concurenței. Consider că cel mai potrivit ar fi să dau un exemplu concret pentru ilustrarea ei.

Exemplu - Aprovizionarea cu geam termopan

Presupunem că reprezinți o companie de construcții. Ai prins un contract cu renovarea unui hotel. Trebuie să pui și geamuri termopan. Presupunem că nu mai lucrezi cu vechiul tău furnizor de geamuri termopan și acum trebuie să-ți găsești unul nou. În medie, vechiului furnizor îi plăteai cam 65 euro/mp. Trimiți câteva cereri de ofertă și primești câteva oferte, începând de la 55 euro/mp, până la 80 euro/mp. Termenul de finalizare al lucrării este de 50 de zile și estimezi că geamurile termopan îți vor trebui în maxim 3 săptămâni.

Te sună una dintre firmele care ți-a făcut oferta de 65 euro/mp și-ți spune cam așa ceva:

EL : *Am primit cererea dumneavoastră de ofertă. V-am și răspuns la ea. Vă sun întrucât sunt dispus să negociez pe marginea prețului pe care vi l-am oferit.*

TU: *Știți, nu mă interesează, pentru că am primit oferte mult mai mici.*

EL: *Care este cea mai mică ofertă pe care ați primit-o?*

TU: *55 euro/mp*

EL: *Aceasta este o comandă singulară sau mai există posibilitatea de colaborare în viitor?*

TU: *În cazul în care treaba merge bine, colaborăm și în viitor!*

EL: *În acest caz sunt dispus să vă fac o ofertă cât mai aproape de 50 de euro.*

TU: *Haideți să ne întâlnim să vedem cum putem face.*

EL: *Când ați dori?*

TU: *Propun mâine sau poimâine.*

EL: *Acum sunt în Cluj. Am o lucrare aici, o să mă întorc cel mai probabil poimâine, adică joi. Propun să ne întâlnim vineri.*

TU: *Este perfect*

(se stabilesc astfel detaliile întâlnirii, data și locația)

Mai jos aveți un flux al evenimentelor care au urmat:

++ vineri dimineața primești telefon, cu mii de scuze că nu reușește să ajungă din diferite motive, și propune întâlnirea pentru luni;

++ luni vă întâlniți, vă cunoașteți și îți face o părere bună;

++ începeți să discutați aspecte tehnice, are cataloage, îți explică toate detaliile, îți spune că are capacitate de producție excelentă;

++ trebuie să mergeți să faceți măsurătorile foarte exact;

++ îți spune că vă trimite un meseriaș în două zile să ia măsurătorile;

++ ești de acord și conveniți să semnați contractul imediat ce vor fi gata măsurătorile;

++ în două zile vine meseriașul și face toate măsurătorile;

++ vorbiți telefonic cu el și vă spune că ar trebui să îi faceți o comandă fermă, pentru că e vorba de multe materiale și el își planifică resursele;

++ joi dimineață îi trimiți un fax ce conține o comandă fermă și stabiliți telefonic să vă vedeți vineri după-amiază, să încheiați contractul;

++ vineri dimineața îți spune că ar vrea să semneze contractul după modelul lor;

++ astfel, îți trimite contractul să-l studiezi și tu;

++ nu-ți place deloc forma contractului și clauzele din el nu te avantajează; îl suni și-i spui;

++ el este de acord cu tine și îți propune să propui tu o formă a contractului;

++ îți propune să vină la tine, însoțit de avocat, pentru a lucra pe contract;

++ cădeți de acord, însă primești în 5 minute telefon de la el că avocatul nu este disponibil în această după-amiază și că singura soluție este să vă vedeți luni dimineață, pentru că are încredere în tine că nu te răzgândești.

++ în weekend cazi pe gânduri, au trecut aproape două săptămâni

și îți trebuie termopanele într-o săptămână; te consolezi, însă, cu gândul că te-a asigurat că are capacitatea de producție foarte mare; îți trece prin minte să mai începi discuția cu alt furnizor, însă este deja târziu, mai ales că ai mai fost sunat și le-ai spus că ai ales deja un furnizor; astfel că aștepti ziua de luni;

++ luni la prima oră vă întâlniți;

++ vă puneți de acord asupra formei contractului;

++ el propune 50 euro/mp și termen de finalizare în 21 de zile;

++ nu te avantajează deloc, pentru că tu în 25 de zile trebuie să predai lucrarea; practic, 21 de zile plus încă 7-8 zile montarea, ajungi deja la 30 zile;

++ are loc o discuție pe marginea termenului de livrare și-ți spune că nu are cum să le producă mai repede. Ar exista o soluție, anume să oprească celelalte lucrări, să plătească mici penalități prestatorilor, însă acest lucru ar însemna categoric creșterea prețului;

++ îți avansează cifra de 80 euro/mp. Evident, nu-ți convine, pentru că de la 50 la 80 de euro este totuși o diferență;

++ până la urmă cedezi și ajungi la un preț de 70 euro/mp, cu livrare la termenul convenit de tine.

URĂT: În urma negocierii, cheltuielile tale sunt cu aproape 50% mai mari decât cele estimate inițial. Nu mai ai o altă variantă, pentru că știi că acum e foarte puțin probabil să mai găsești un alt furnizor

O tehnică nu tocmai morală, însă se aplică cu atâta eleganță, că nici nu realizezi.

Această capcană operează în felul următor:

- lansează o ofertă tentantă pentru a înlătura concurența;

- amână intenționat semnarea contractului folosind tehnici cât se poate de elegante (inclusiv punerea de întrebări, clarificarea unor aspecte, care teoretic sunt semne de bună credință, practic însă – nu!).

- te împinge într-un termen limită, își reconsideră apoi oferta, retrăgându-și oferta inițială.

Pare puerilă și probabil mulți dintre voi spun că vouă nu are cum să vi se întâmple. Sper să aveți dreptate și vă urez ca niciodată să nu vi se întâmple!

Exemple de alte domenii în care este operabilă această capcană ce ți se poate întinde:

- domeniul imobiliar (ți se oferă un preț mai bun, sub pretextul că-ți place mult, și-ți cere să-l lași câteva zile să facă rost de bani, tocmai bine cât tu să-ți îndepărtezi potențialii clienți pentru acel imobil);

- domeniul parteneriatelor (lansezi o cerere de parteneriat și vine cineva cu o ofertă tentant de bună; începe imediat o discuție legată de aspectele tehnice sau despre amănunte diverse, care poate amâna finalizarea înțelegerii, înlăturând astfel ceilalți potențiali parteneri; de fapt, tu îți înlături potențialii parteneri pentru că tu crezi că ai deja un partener);

- domeniul serviciilor (web site etc.; pe același principiu).

Sfaturi cheie pentru contracararea acestei capcane:

1. Această capcană poate îmbrăca orice formă, în orice domeniu. Este foarte important pentru tine, ca negociator experimentat, să oprești discuțiile cu ceilalți parteneri NUMAI în momentul în care ai semnat un contract cu cel care ți-a făcut o ofertă bună.

2. Dacă simți că îți este întinsă această capcană, poți verifica solicitând celeilalte părți încheierea unui contract foarte rapid. Dacă acesta vă amână, este un semn al capcanei. Dacă nu dorește amânarea, cel mai probabil ești fericitul „posesor al unei oferte bune”.

3. Alege-ți partenerii de afaceri cu grijă, studiază înainte, cere referințe, dă un search pe Google sau Yahoo, consultă-te cu persoanele de încredere.

Sper să fiți atenți în viitor. Personal, recunosc că am avut de-a face cu persoane care au încercat această tehnică cu mine și eram foarte aproape de a cădea în plasă. Din fericire, n-am căzut, însă mi-am propus să fiu și mai atent, dovedă că nu toți sunt de bună credință la fel ca și tine. Îi rog pe cei care folosesc această capcană să mă ierte că avertizez și alți oameni, însă o consider una dintre tehnicile mult prea imorale.

Scris de Marian Rujoiu și Raluca Rujoiu

**TREBUIE SĂ VÂND CONTRA CRONOMETRU!
LEGA COERENȚEI!**

Cineva foarte drag mie lucrează la o bancă. O cheamă Oana, are un job foarte omenesc, la ghișeu. Oamenii vin, plătesc rate, fac depuneri, retrageri, fel și fel de operațiuni. Are însă și un target, trebuie să vândă pachete (cum le numesc ei), adică să le facă un card cu opțiuni multiple (e-banking, asistență telefonică etc.)

Unde este problema? O voi cita pe Oana: *Oamenii vin la ghișeu, stau la coadă, sunt puțin nervoși și numai chef de a auzi ofertele noastre speciale la carduri nu au. Într-o zi, i-am întrebat pe toți: vă interesează o ofertă specială pe care o avem la carduri? Răspunsul sec al oamenilor a fost: Nu, mulțumesc!*

Mi-a povestit că a făcut și un training la angajare, că i-au învățat ei niște lucruri acolo, însă specific pe acest lucru, anume cum să-i vinzi unui om „aterizat” în bancă cu o altă problemă - nu i-au învățat.

Voi ce credeți, cum ar trebui procedat?

Mi-am bătut puțin capul, am analizat pe toate părțile și am găsit o soluție. Erau trei probleme la mijloc:

- 1. Timp foarte puțin la dispoziție.**
- 2. Oamenii veneau cu alte probleme decât aceea de a-și face un card.**
- 3. Nu funcționa tehnica de tip „ofertă specială”.**

Astfel, în urma unei discuții cu Oana am ajuns la următoarea **concluzie:**

- trebuie folosită o tehnică aplicabilă într-un timp foarte scurt;
- trebuie folosită cumva supărarea lor (că au stat la coadă);
- trebuie găsită o formulă de început, alta decât „ofertă specială”;
- întrucât timpul avut la dispoziție este foarte scurt, mai trebuia găsită o tehnică de provocare a deciziei în două-trei minute.

Pentru început, mi-am dat seama că **ar putea fi folosită Legea Coerenței**. Aceasta înseamnă construirea unui silogism care determină interlocutorul să spună „Da!”. Exemplul clasic, când vine vorba de această lege, este al domnișoarei drăguțe care vă bate la ușă și spune:

- *Îmi pare bine să vă cunosc, reprezint Fundația „Aproape de tine”.*
- *Bună ziua!*
- *Aș dori să vă pun câteva întrebări, 1-2 minute, se poate?*
- *Da...*
- *Sunteți un bun creștin?*
- *Da!*
- *Considerați că un bun creștin îi ajută pe cei aflați la necaz?*
- *Da!*
- *Dacă ați avea ocazia, i-ați ajuta pe cei care au nevoie de ajutor?*
- *Da!*
- *Acum fundația noastră ajută un copil care are cancer și dorim să-l ajutăm. Îl puteți ajuta și dumneavoastră cu o sumă cât de mică?*
- *Da...*

Fata și-a atins scopul. V-a provocat să spuneți „Da!” la fiecare întrebare, construind astfel un raționament din care face parte și cel vizitat. V-a făcut să vă construiți un punct de vedere pe care, de dragul coerenței față de el, va trebui să-l apere. Acest răspuns - DA - spus în repetate rânduri are un efect major. Este mult de discutat pe marginea acestei legi din negociere, legea coerenței, însă vreau să rămân acum la tema articolului.

Revenind la Oana care dorește să vândă carduri. Probabil mulți dintre voi sunteți puși în situația de a vinde rapid un serviciu.

Am instruit-o pe Oana, care acum se descurcă. Consider că cel mai nimerit ar fi să vă prezint câteva exemple de conversații din care să vă dați seama cum funcționează această tehnică. Exemplele sunt reale, fiind culese din discuția cu Oana după ce a început aplicarea acestei tehnici. Menționez că Oana a înțeles tehnica, o aplică, iar în termeni de rezultate rata de succes i-a crescut cu aproximativ 50%.

Exemplul 1

Clientul: *Vreau și eu să plătesc o rată!*

Oana: *Dați-mi buletinul dumneavoastră, vă rog!*

Oana: *Observ că acest credit este pe numele soțului.*

Clientul: *Da, mereu mă trimite, nu are timp să vină!*

Oana: *Înțeleg că v-ar plăcea să vină soțul dumneavoastră?*

Clientul: *Da, vă dați seama!*

Oana: *V-ar interesa să vă găesc o soluție, să nu mai fie nevoie să veniți la bancă?*

Clientul: *Da, dar nu văd cum!*

Oana: *Bănuiesc că nu ați mai vrea să stați nici la coadă, de fiecare dată!*

Clientul: *Da, desigur. Asta mă enervează cel mai mult!*

Oana: *Nu am foarte mult timp, însă v-aș putea rezolva aceasta problemă chiar acum!*

Clientul: *Da?*

Oana: *Haideți mai bine să rezolvăm acum, probabil și dumneavoastră aveți alte lucruri mai bune de făcut decât să veniți la bancă și să stați la coadă!*

Clientul: *Cum s-ar putea face?*

Oana: *Vă pot face un card foarte folositor, pe care îl puteți alimenta la roboșel în fiecare lună. Puteți vedea de acasă soldul, puteți plăti de acasă și alte facturi. Este foarte ușor de folosit!*

Clientul: *Interesant, cât costă?*

Oana: *Cardul sau timpul dumneavoastră? (ii spune râzând)*

Clientul: *(Zâmbește și el).*

Urmează o scurtă discuție tehnică și cardul, împreună cu pachetul, este efectuat.

Exemplul 2

Clientul: *În sfârșit, aștept de o grămadă de vreme, vreau să plătesc și eu o factură!*

Oana: *Sunt și soluții mai simple, care vă scutesc de statul la coadă!*

Oana: *Dați-mi buletinul, vă rog!*

Clientul: *Poftiți, vă rog!*

Oana: *Aceste plăți pot fi făcute și de acasă, dacă doriți!*

Clientul: *Da? Cum?*

Oana: *Înțeleg că sunteți un om ocupat!*

Clientul: *Da, sunt și nu am timp să stau la coadă.*

Oana: *Înțeleg că v-ar plăcea să nu mai stați la rând, poate nici măcar să nu mai veniți la bancă.*

Clientul: *Vă dați seama că da!*

Oana: *Acum sunt foarte multe persoane după dumneavoastră, altfel aș fi putut să vă rezolv problema chiar acum!*

Clientul: *Cum adică?*

Oana: *Mai bine vă spun acum despre ce este vorba. Probabil când veți veni data viitoare va fi aceeași situație!*

Clientul: *Spuneți-mi!*

Discuția continuă și vânzarea are loc.

Ghid pentru folosirea acestei tehnici:

- plecați de la o problemă pe care o are clientul - sondarea nevoilor sau a problemelor (de regulă, în acest caz este lipsa timpului);

- obțineți acordul clientului că vrea rezolvarea problemei (implicați-l pe client în vânzare);

- determinați-l să spună un număr succesiv de da-uri, pentru a crea clientului sentimentul că dorește să-și rezolve problema (legea coerenței);

- nu-i prezentați oferta de card/pachet decât la sfârșitul conversației (soluția);

- acționați contra timp, presați clientul în vederea unei decizii imediate (finalizarea ofertării - nu am timp în acest moment, dar aș putea să vă rezolv această problemă chiar acum);

- manieră: se trece **de la atitudinea fără rezultate**: *Observ că n-aveți card, nu vreți unul? Avem o ofertă specială la carduri - la atitudinea cu rezultate*: *Dumneavoastră aveți o problemă, iar eu vă pot fi de folos. Nu prea este timp acum, dar aș putea face acest lucru pentru dumneavoastră.*

- poate fi folosită când ai la dispoziție foarte puțin timp (20 secunde - 3 minute): la ghișeele bancare, la vânzarea cu amănuntul, în domeniul serviciilor (IT, organizare evenimente etc.)

Evident, vor fi și cazuri în care tehnica nu va funcționa, în sensul că omul poate chiar nu are chef de vorbă sau pur și simplu refuză oferta când îi este prezentată sau se poate bloca discuția în care ai intuit greșit nevoia lui (ex: aveți un client care are mult timp liber). Sunt soluții și pentru aceste situații!

Avantajele acestei tehnici:

- necesită foarte puțin timp;
- realizează o sondare rapidă a nevoilor;
- prezintă o soluție, urmare a unei discuții;
- este o manieră elegantă de abordare;
- arată o deschidere a vânzătorului față de nevoile pe care le are potențialul cumpărător.

Încercați și voi! Cu siguranță rezultatele vă vor surprinde!

Scris de Marian Rujoiu

NONVERBAL ÎN NEGOCIERI – LIMBAJUL OCHILOR

Stați de vorbă cu cineva și ați vrea să aveți mai multe repere decât limbajul verbal. Mai jos aveți câteva lucruri despre limbajul ochilor și ce înseamnă ele. Folosirea acestor instrumente este o adevărată artă!

Această metodă nu este infailibilă, ea trebuie corelată cu întrebări specifice, cu verificare și reverificare. Puneți-l pe colegul dumneavoastră să-și amintească ce a făcut săptămâna trecută și vedeți unde își aruncă privirea. Puneți-l apoi să-și imagineze ceva. Odată ce ați văzut unde își aruncă privirea în ambele situații, i-ați identificat formula după care își imaginează ceva și după care își amintește ceva. Avantajul acestei metode este că poate fi testată aproape instantaneu. Mult succes în practicarea ei!

Rețineți, îl întrebați diverse lucruri despre care știți că sunt adevărate, care s-au întâmplat și vedeți unde-și aruncă privirea, iar apoi puteți trage concluzia că atunci când vă spune adevărul se uită în stânga. Apoi, prin întrebări elegante, puneți-l să-și imagineze ceva. Ar trebui să se uite în dreapta sus. Dacă așa este, puteți trece mai departe. L-ați „calibrat” - cum se numește în limbajul de specialitate. Folosind aceste informații puteți trece la discuții serioase și puteți asocia limbajul ochilor cu ceea ce el vă spune.

De exemplu, în recrutare se poate folosi metoda cu succes. La un moment dat, la un interviu pentru angajare s-a prezentat o fată. Am „calibrat”, am văzut că respectă parametrii și am trecut la întrebări mai serioase. Săraca fată, mințea de rupea. Nu-și lua ochii din dreapta sus aproape mai deloc. Am zis că n-oi fi calibrat eu bine și am început să pun întrebări mai precise, cerându-i dovezi care să susțină ceea ce spunea. Evident, m-am trezit cu un răspuns de genul: „Știți, nu se poate... bla, bla”. Eram amuzat de situație. Mi-am dat seama că nu e ok, însă am zis să-i organizez un training pilot să văd ce poate. În training s-a confirmat totul, adică temerile mele, ceea ce eu văzusem deja în limbajul ochilor. Aceasta este o situație care nu m-a costat nimic, dar care m-a convins într-adevăr că metoda merită folosită cu încredere. Am câțiva ani de când folosesc metoda și îmi este de un remarcabil folos. Știu când un om mă minte, când e încercat de o emoție sau când îmi spune adevărul.

Mai jos veți găsi descrise mișcările pupilei și semnificația asociată acestora:

Ochii sunt îndreptați în STÂNGA SUS: Amintire vizuală

Oamenii privesc astfel când își aduc aminte ceva. Aceste imagini le-au mai văzut cândva. Poate fi imaginea unui partener de afaceri, o imagine din vacanță, ce au făcut cândva, o zi de la școală, o imagine din traficul rutier, o persoană, o rudă, un prieten, un afiș, o pictură, o mașină, un televizor etc. De regulă, indică spunerea adevărului!

Ochii sunt îndreptați în DREAPTA SUS: Construcție vizuală

De regulă, ne închipuim cum va arăta un anumit lucru. Sau ne imaginăm ceva. Mai ales atunci când nu vrem să răspundem la o întrebare, căutăm un răspuns sau imaginăm alt răspuns decât realitatea, sau atunci când improvizăm. Aceeași direcție este folosită atunci când ne închipuim consecințe sau vedem cum va arăta afacerea noastră, atunci când facem presupuneri referitoare la: consecințe, riscuri, locuri de vacanță, locuri de întâlnire, o casă în care am vrea să locuim etc.

Ochii sunt îndreptați ÎNAINTE: Vizualizare

De regulă, indicul ni-l dă poziția corpului asupra semnificației. Dacă observăm că greutatea corpului este sprijinită pe stânga, atunci avem de-a face cu o amintire; dacă este pe partea dreaptă, avem de-a face cu o construcție.

Ochii sunt îndreptați în STÂNGA LATERAL: Amintire auditivă

Ne aducem aminte un sunet, o melodie, o voce, un foșnet, un trăsnet, un țipăt. Se referă la sunete care ne sunt cunoscute și pe care le-am mai auzit.

Ochii sunt îndreptați în DREAPTA LATERAL: Construcție auditivă

„Oare cum ar suna?” Aceasta este întrebarea cadru care ne vine în minte. Ne închipuim cum ar suna o melodie. Sau ne închipuim cum ar suna vocea unui prieten mai aspră (ton pe care nu l-am mai auzit). Caracteristic acestui mod este faptul că în mintea noastră creăm un sunet pe care nu l-am mai auzit niciodată.

Ochii sunt îndreptați în STÂNGA JOS: Dialog intern

Această ipostază o întâlnim atunci când o persoană se gândește la un lucru, își pune o serie de întrebări, analizează și își răspunde la întrebări. Este caracteristică celui care „stă pe gânduri”

Ochii sunt ațintiți în DREAPTA JOS: Emoții

Această ipostază se întâlnește atunci când încercăm senzații sau sentimente noi: bucurie, tristețe, rușine, teamă. Când spun sentimente noi, mă refer la sentimente care ne determină o anumită stare, diferită de cea anterioară.

Recomandări

Prima data calibrați! În prima fază, când discutați diverse, urmăriți cum „îi joacă ochisorii” interlocutorului. După ce v-ați asigurat că interlocutorul intră pe tipar sau este inversul tiparului, fără să-și dea seama vă va transmite mai multe semnale decât își imaginează. O să vedeți că, atunci când puneți o întrebare, primul instinct este să-și arunce privirea în stânga sus (caută răspuns), iar dacă are un răspuns aici, rămâne cu privirea în stânga. Însă dacă nu are răspuns, în cel mult două secunde își va muta privirea în dreapta sus și vă va înșira verzi și uscate. Dacă ține numai puțin privirea în dreapta sus, cel mai probabil nu minte, se gândește cum să formuleze ce vrea să vă spună, însă dacă rămâne mai mult de cinci secunde cu privirea în dreapta sus, nu prea este de bine.

Dacă vă este greu să vă concentrați pe semnificația celor 6 puncte, antrenați-vă și începeți numai cu stânga sus (adevărul) și dreapta sus (falsul/improvizația). La un moment dat o să vă intre în instinct și vă va fi foarte ușor.

Este mult de povestit. Ceea ce am scris aici este numai o parte din limbajul ochilor, un fel de primă lecție. Este o tehnică folosită foarte mult de negociatorii experimentați, începând de la anchete (în interogatorii) sau mediul business, până la viața cotidiană, în relația de cuplu. După ce vă obișnuiți cu cele 6 puncte, se poate trece la următoarea etapă, în care să folosiți toate aceste semnale, aflați permanent lucruri, schimbați stări etc. Limbajul ochilor este un instrument foarte puternic și vă poate oferi un avantaj. Testați metoda și oferiți-mi feedback.

Scris de Marian Rujoiu

STRATEGIA DE NEGOCIERE CÂȘTIGĂTOARE

„Un fenomen ciudat - mulți oameni gândesc că ei au câștigat automat atunci când partenerii lor au ieșit în pierdere! Nimic mai fals!” (Marian Rujoiu)

Fiecare dintre noi am tot auzit de strategii **Win - Win** sau **Win - Lose**. În definitiv, la ce ne folosesc acestea? La ce ne ajută pe noi să adoptăm o strategie **Win - Win** și să o evităm pe cea **Win - Lose**? Cum ar trebui să procedăm până la urmă și de ce?

Schematic vorbind, avem de-a face cu patru strategii de negociere:

- 1. Lose – Lose** (eu pierd - el pierde)
- 2. Lose – Win** (eu pierd - el câștigă)
- 3. Win – Lose** (eu câștig - el pierde)
- 4. Win – Win** (eu câștig - el câștigă)

Studiu de caz:

Să presupunem că vindeți servicii de recrutare. Aveți un client (companie de utilaje) care dorește angajarea a doi directori regionali. Acesta a încercat site-urile de recrutare, însă nu a găsit niciunul dintre cei doi directori, astfel că se decide să apeleze la o firmă de recrutare (întâmplător acest caz este unul real). Voi exemplifica acest caz din prisma fiecărei strategii de negociere.

1. STRATEGIA LOSE – LOSE (TU PIERZI - EL PIERDE)

Tuturor ne este clar faptul că această strategie este aceea în care pierd ambii parteneri. Este situația nefericită în care nimeni nu câștigă nimic. Este foarte posibil ca acest „noncâștig” să se cuantifice de fapt într-o pierdere. Uneori este de preferat să adoptați această strategie și să blocați negocierea mai ales atunci când anticipați că veți pierde, chiar dacă nu câștigați nimic.

Strategia **Lose – Lose** se manifestă de cele mai multe ori atunci când ambii parteneri vor să adopte strategia numărul 3, anume fiecare dintre ei să câștige și celălalt să piardă. Această situație nu este neapărat intenționată, pur și simplu fiecare dintre parteneri se gândește numai la el, astfel că fiecare bate în retragere la final, considerând-o o negociere nereușită.

Exemplificare:

Plecând de la exemplul de mai sus, strategia **Lose – Lose** este prezentă în momentul în care cei doi parteneri se vor regăsi într-una dintre situațiile următoare (sau una asemănătoare).

se încheie un contract, iar clientul constată că ați folosit un site oarecare de recrutare, ați aplicat trei filtre, iar directorii propuși nu sunt alții decât unii pe care-i găsiți și el inițial. Ați fost plătit pentru a face această muncă, în aparență ați câștigat. Însă, clientul este foarte supărat și vă va da în judecată. El câștigă procesul, voi îi returnați banii, alegându-vă cu o imagine foarte șifonată și cu timp pierdut. Este **Lose** pentru voi, pentru că ați pierdut un client, ați câștigat o proastă reputație și ați fost angajat într-un proces care nu v-a avantajat deloc. Este **Lose** și pentru clientul vostru pentru că acesta a pierdut timp și nu a găsit cei doi directori în timp util, în acest fel bunul mers al afacerii fiindu-i afectat. Aceasta este situația în care firma de recrutare nu-și face treaba și, în spatele unei prezentări frumoase, nu face altceva decât să dea un search pe site-urile de recrutare;

pierdere - pierdere (**Lose - Lose**) poate fi și atunci când firma de recrutare solicită un preț foarte mare. Firma de utilaje încearcă să negocieze, iar dumneavoastră nu cedați deloc. Din nou este posibil ca ambii parteneri să piardă. Ca firmă de recrutare, ați fi putut să-i oferiți cei doi directori într-un timp foarte scurt, iar firma de utilaje nu și-a găsit nici ea cei doi directori. A apelat la o altă firmă de recrutare care i-a oferit un preț mai mic, însă tot nu și-a găsit directorii potriviți. Practic, inflexibilitatea voastră asupra prețului a dus la **Lose – Lose**.

Recomandări:

- evitați pe cât posibil această situație;
- nu vă angajați să faceți lucruri pe care nu le puteți duce la bun sfârșit;
- aplicați această strategie atunci când anticipați pierderi (este de preferat să nu câștigați nimic decât să pierdeți timp și resurse);
- fiți creativi – căutați soluții pentru transformare în **Win – Win**, iar dacă nu puteți să faceți acest lucru, reevaluați-vă și căutați alți clienți pe care-i puteți mulțumi.

2. STRATEGIA LOSE – WIN (TU PIERZI - EL CÂȘTIGĂ)

Strategia **Lose – Win** este aceea în care voi ieșiți în pierdere, iar partenerii voștri ies în câștig. De cele mai multe ori, pe termen lung, acest **Lose - Win** se transformă în **Lose – Lose**. Se poate ajunge la

această situație fie pentru că nu ați fost suficient de atenți și la voi, fie pentru că ați avut un partener care s-a gândit excesiv de mult la el. Atenție mare, pentru că de foarte multe ori veți întâlni parteneri care se vor gândi exclusiv la ei. Ca și primă strategie, aceasta este o strategie nefericită, în care nu câștigați absolut nimic, ba, din contră, este posibil să pierdeți. Cu siguranță, mulți dintre dumneavoastră au avut de-a face cu parteneri care au câștigat numai ei și dumneavoastră ați ieșit în pierdere. Este ușor să aruncăm vina pe celălalt, însă este mai realist să dăm dovadă de atenție maximă, pentru că foarte rar cineva va fi dispus să vă poarte de grijă mai mult decât sunteți dispuși dumneavoastră să vă purtați. Este posibil, însă, ca partenerul dumneavoastră să nu acționeze cu rea-credință, ci pur și simplu să nu vă cunoască situația.

Exemplificare

- abordând același caz de mai sus cu firma de recrutare, o exemplificare de **Lose - Win** poate fi aceea în care voi, ca firmă de recrutare, găsiți cei doi directori, însă constatați că ați ieșit în pierdere. Mai exact, costurile dumneavoastră de recrutare au fost atât de mari, încât ați pierdut resurse financiare și timp încercând să onorați cererea clientului. Acest lucru este posibil să se fi întâmplat fie pentru că nu v-ați evaluat corect acest proiect, fie pentru că partenerul v-a oferit un preț foarte mic și voi l-ați acceptat. Voi ați sperat că veți reuși să vă încadrați, însă acest lucru nu a fost posibil.

- **Lose - Win** poate fi și atunci când voi, ca firmă de recrutare, ați stipulat în contract că plata va fi onorată numai dacă îi veți găsi clientului cei doi directori. După o muncă de căutare găsiți cei doi directori, iar firma de utilaje vă spune că sunt nepotriviiți. Într-un final, această atitudine se dovedește falsă, deoarece la o lună după terminarea proiectului, firma de utilaje contactează cei doi directori și-i angajează fără ca voi să știți. Practic, voi ați consumat o serie de resurse, nu ați încasat niciun ban, iar firma de utilaje și-a atins obiectivul.

Recomandări

- pentru a nu ajunge în această situație (**Lose - Win**) primul lucru bun pe care puteți să-l faceți este să vă alegeți partenerii cu grijă;
- pregătiți-vă înainte de negociere și aflați cât mai multe lucruri despre partenerul de negociere;
- amânați luarea unei decizii atunci când simțiți că rezultatul unei discuții nu este tocmai ce vă așteptați;
- evaluați-vă corect atât ca negociatori, cât și ca servicii pe care urmează să le oferiți.

3. STRATEGIA WIN - LOSE (EU CÂȘTIG - EL PIERDE)

Această tactică este cel mai des întâlnită. Îndrăznesc să afirm că în România ea se plasează în topul strategiilor favorite. Fiecare comerciant sau negociator încearcă să câștige cu orice preț. Uneori, am văzut situația hilară în care obiectivul negociatorului este ca celălalt să piardă. Există o răutate, o invidie în care nu putem gândi relația de parteneriat, ci doar pe aceea de opozant. Practic, partenerul este un dușman care trebuie învins. Această strategie este simțită de fiecare dintre noi, acesta fiind și motivul pentru care în spatele oricărei tranzacții se ascund sentimente de neîncredere și suspiciune. Multe afaceri și parteneriate se blochează tocmai în acest punct, ele transformându-se astfel în situații **Lose - Lose**. Astfel, sunt negocieri care eșuează pentru că părțile nu se înțeleg la formularea unui articol din contract. Nu avem cum să acuzăm pe nimeni în mod specific, de vină este situația în ansamblul ei, în care sunt prea multe exemple în care unii pierd, iar ceilalți câștigă. Aici devine valabil și citatul de la începutul temei: „Un fenomen ciudat, mulți oameni se gândesc că ei au câștigat automat atunci când partenerii lor au ieșit în pierdere! Nimic mai fals”. Am întâlnit atât de multe cazuri de acest fel, că am rămas mut de uimire. Oamenii care uitau de ce se află la masa negocierii, pentru care nu conta dacă ei câștigau sau nu, singurul lucru important pentru ei fiind ca celălalt să piardă. Cu cât celălalt pierdea mai mult, cu atât aveau impresia că ei câștigau. Erau bucuroși pentru că „l-au făcut” sau „l-au ars”, fără să se gândească dacă l-au ars sau nu degeaba. Acești oameni câștigă ceva, și anume mulți dușmani.

Curios, plecând de la această teamă a eșecului în care fiecare dintre noi îi este frică să nu piardă, se încearcă o răsturnare a situației. Astfel, fiecare dintre parteneri, drept contrapondere, încearcă strategia **Win - Lose**. În acest moment, când fiecare dintre părți adoptă o poziție inflexibilă în care se gândește doar în termeni din **Win - Lose**, multe dintre negocieri eșuează. Poate este mult spus, însă acesta este și motivul pentru care mediul business din România nu se dezvoltă sănătos. Un exemplu strălucit sunt serviciile hoteliere din România, când impresia consumatorului este că a pierdut atunci când apelează la ele.

Win - Lose este atunci când voi sunteți mulțumiți, iar partenerul dumneavoastră are un regret că a făcut afacerea cu voi fie pentru că a simțit că nu ați meritat banii, fie pentru că nu v-ați ținut de cuvânt privind asistența post-achiziționare, fie pentru că produsul de dovedește sub calitatea așteptată.

Exemplificare

Întorcând-ne la situația celor doi directori regionali, **Win – Lose** înseamnă în primul rând acea situație în care vă încasați onorariul și nu găsiți cei doi directori. Este întâlnită această situație în care contractul prevede că firma de recrutare se obligă să facă propuneri. **Lose** pentru firma de utilaje se dovedește atunci când niciunul dintre directorii propuși nu corespunde standardelor, iar voi, ca firmă de recrutare, încasați banii. Este dificil de dat un verdict, anume dacă firma de recrutare a făcut tot posibilul sau nu.

Recomandări

- nu vă bucurați că ați păcălit un client; pe termen mediu și lung este foarte posibil să plătiți înzecit;
- atunci când simțiți că ați câștigat, opriți-vă o clipă și gândiți-vă: *oare partenerul meu va regreta mâine că a încheiat această afacere?* Dacă răspunsul este DA, încercați să priviți puțin și din punctul lui de vedere și căutați soluții în care și el să rămână mulțumit; pe termen mediu și lung veți avea numai de câștigat.

4. STRATEGIA WIN - WIN (CÂȘTIG-CÂȘTIG)

O strategie frumoasă, dar atât de rar întâlnită. Motivul este simplu: cele trei situații de mai sus sunt cele care ne opresc în a gândi în termeni de câștig - câștig. Cu toate acestea, această strategie este singura care asigură succesul pe termen lung și buna reputație a celui care o practică.

Este greu să gândiți în acești termeni, tocmai din acest motiv nu foarte mulți oameni o fac. Este mult mai simplu să vă gândiți numai la voi sau, și mai simplu, să vă retrageți. Dacă vreți să construiți, să dezvoltați relații de lungă durată și să vă clădiți o bună reputație, trebuie să regândiți puțin strategia, astfel încât să găsiți acea situație în care câștigați și voi, dar și partenerul vostru. Având ca primă opțiune **Win - Win**, veți intra nu numai în categoria negociatorilor experimentați, ci și în categoria oamenilor sau companiilor căutate. Nu de puține ori veți găsi parteneri de rea-credință. Chiar și în acest caz nimic nu vă oprește să încercați strategia **Win - Win**. Aveți grijă de câștigul vostru, dar și de câștigul lor și este foarte posibil să aveți o negociere reușită. O negociere reușită creează premise pentru o a doua negociere reușită și așa mai departe.

De multe ori este greu să ajungeți la **Win - Win** pentru că aveți parteneri care își țin nevoia ascunsă. Ei o cunosc, dar nu vor să o declare sau pur și simplu nu știu să o expună. În acest caz, un bun negociator nu trebuie neapărat să obțină prețul cel mai bun, ci să afle exact de ce anume are nevoie partenerul de negociere. Mulți cad în păcatul ca, după ce află de ce anume are nevoie celălalt, să-l strângă cu ușa, acesta fiind și motivul pentru care multe companii își țin nevoia ascunsă, de frică să nu li se ceară un preț prea mare, spre exemplu.

Exemplificare

Nimic mai simplu în cazul cu recrutarea. **Win - Win** este cazul în care voi, ca firmă de recrutare, găsiți cei doi directori și firma de utilaje îi angajează. Acest lucru înseamnă nu numai că v-ați ales cu plata făcută, ci și că aveți un client mulțumit. De asemenea, înseamnă că el vă va recomanda la rândul lui și, cu prima ocazie când va avea nevoie, tot la serviciile voastre va apela. **Win - Win** înseamnă nu numai să vă faceți bine treaba, ci să faceți astfel încât să aveți un client mulțumit. Puteți să vă ascundeți în spatele chichițelor contractuale și să spuneți că ați făcut bine treaba, însă dacă nu aveți la final un client mulțumit înseamnă de fapt că ați ajuns la strategia **Win - Lose**. Căutați formula potrivită! Uneori este prea aproape de noi și nu o vedem, iar alteori e nevoie de creativitate și imaginație pentru a găsi soluția optimă.

Recomandări:

Singura recomandare este să căutați întotdeauna această situație. Încercați să maximizați nu numai profitul vostru, ci și pe cel al partenerului. Conform studiilor, un client mulțumit spune acest lucru unui număr de patru persoane, pe când un client nemulțumit spune unui număr de 20 de persoane. Mergând pe strategia **Win - Win**, dați drumul unei liste de potențiali clienți destul de mare. Aceste recomandări pozitive, după cum știți, se extind cu o viteză mai mică. Este de preferat această situație. **Win - Lose** vă aduce însă nu numai pierderea unui client, ci și o proastă reputație în rândul a minim 20 de potențiali clienți. Scurta bucurie a unui profit, atunci când nu câștigă și celălalt, prefigurează de regulă începutul sfârșitului afacerii. Dacă vă trece prin cap că nu se va afla, cu siguranță nu este un gând favorabil. În aceste momente informația se răspândește cu repeziune, fie ea bună sau rea. Atenție, mai repede se răspândește cea rea.

Dacă nimic etic din voi nu vă face să vă gândiți și la celălalt, puteți gândi din punct de vedere matematic sau economic și veți înțelege că aplicând **Win - Win** nu poate decât să vă avantajeze, indiferent de situație.

Acestea sunt doar câteva idei menite să clarifice magia acestui **Win - Win** atât de simplu, atât de bun, dar atât de rar în întâlnit în practică. Mai mult, este foarte important de știut cum procedați pentru a ajunge la strategia **Win - Win**.

Scris de Marian Rujoiu

LIMBAJUL TRUPULUI – CÂT ESTE MIT ȘI CÂT ESTE ADEVĂR?**Greșeli în interpretarea limbajului trupului!**

În orice librărie ați merge, cu siguranță dați peste o carte despre limbajul trupului. Acest lucru e valabil pentru cei care au avut ocazia să treacă în ultima vreme printr-o librărie.

Dacă nu ați citit asemenea cărți, cu siguranță ați auzit despre acest subiect.

Să începem cu lista neadevărurilor și a interpretării gesturilor:

- ***pune mâna pe nas*** – înseamnă că minte
- ***nu te privește în ochi*** – înseamnă că îți ascunde ceva
- ***își ține mâinile încrucișate*** – înseamnă că a devenit defensiv
- ***vine spre tine*** – e o persoană ofensivă
- ***își ține picioarele încrucișate*** – se simte în nesiguranță
- ***scoate pieptul în față*** – e arrogant sau încrezut

Lista poate continua cu încă 100 de asemenea semnificații. Acest limbaj al semnelor de cele mai multe ori este doar apă de ploaie. Probabil unii dintre dumneavoastră sunteți surprinși de această afirmație. Le fel sunt și majoritatea cursanților mei. Acest limbaj al semnelor, desprins din context, vă poate induce în eroare. Cel mai adesea se atrage atenția că uneori poate însemna și altceva. Din perspectiva pe care v-o prezint în aceste rânduri, lucrurile stau pe loc. Adică: doar uneori mâna dusă la gură poate însemna că minte sau că a spus ceva care nu vroia să spună. Aș da și un procent, anume 10%. Cu alte cuvinte, eu cred că doar 10% din aceste semnalmente exprimă ceea ce se dă de obicei de alți autori cu siguranță, avansând chiar procentul de 90%!

De ce această rețetă a limbajului trupului este doar un mit? Care sunt de fapt adevărurile?

1. Fiecare persoană este unică!

Dacă acceptați acest postulat, veți vedea și înțelege de ce acest limbaj al trupului apare în forma care a fost prezentată mai sus! Fiecare persoană are propriile gesturi, propriul sistem de valori, propria educație sau autoeducație, gândește într-un anume fel, e interesat de ansamblu sau de detalii, este un analist sau un filosof, are anumite

informații, are anumite experiențe proprii. Acestea, ca multe alte caracteristici, fac din fiecare om un individ unic. Această unicitate a fiecărei persoane se reflectă în limbajul trupului într-o măsură mai mare sau mai mică.

2. Limbajul trupului este barometrul individului, nu al oamenilor!

Limbajul trupului devine astfel barometrul stării interne a partenerului. A separa limbajul trupului de unicitatea persoanei este apă de ploaie, este o cale greșită. Limbajul trupului este un univers al fiecărei persoane. Limbajul trupului este foarte important, el ne poate comunica foarte multe informații ce le putem folosi. Punerea unui șablon universal pe gestică omului contrazice ideea de ființă umană! Câți indivizi cunoașteți asemenea dumneavoastră? Probabil foarte puțini! Dar câte persoane cunoașteți la fel ca dumneavoastră? Probabil niciuna! Revenind la limbajul trupului... acesta ne dă indicii doar asupra unei persoane și trebuie interpretat ca atare. Același gest la o persoană poate însemna la fel de bine opusul la altă persoană!

3. Limbajul trupului este un detector de minciuni sau adevăr NUMAI dacă știi să-l folosești!

Este nevoie de mult antrenament și instruire pentru a putea surprinde EXACT ce aveți în față. Trebuie să vă adaptați rapid persoanei și să „culegeți” gesturi **asociate cu ceva**, nu doar gesturi. Mai clar, trebuie să observați: Ce face atunci când vorbește despre ceva frumos? Ce gesturi face când nu-i place ceva? Ce face când își imaginează ceva plăcut? Totul funcționează asemenea unui detector de minciuni. Întâi adunați informații adevărate, apoi informații false, în faza doi faceți corelarea, iar în ultima fază, în funcție de corelarea anterioară, veți prelucra noile informații obținute.

4. Cum vă puteți perfecționa?

De regulă, aceste deprinderi unii le au nativ, au o capacitate empatică de a-și da seama exact ce gândești în acel moment. Dacă-i întrebați de unde știi, îți vor spune că și-au dat seama. La următoarea întrebare: cum anume și-au dat seama? - majoritatea vor repeta ce au spus: „mi-am dat seama” sau vă vor spune „pur și simplu”. Sunt și persoane care vă vor explica, de exemplu, „am văzut că îi tremură vocea” sau „a devenit agitat” etc. Prin antrenament însă, aproape oricine poate căpăta aceste deprinderi. De regulă, antrenamentele sunt eficiente dacă sunt într-un cadru organizat, de exemplu la un training. Nu este deloc greu să vedeți EXACT CE AVEȚI ÎN FAȚĂ! Trebuie doar să vă antrenați în acest sens!

5. Ce este mit și ce este adevăr în limbajul trupului?

Este un mit acel șablon rigid care-ți dă soluția dând o semnificație certă unui anume gest: de exemplu, încrucișarea brațelor înseamnă că partenerul se apără!

Acest barometru al trupului (limbajul trupului) are limite?

Acest barometru este o unealtă excelentă atâta timp cât știți să o folosiți. Trebuie să fiți conștient în același timp că interpretarea dumneavoastră nu este 100% adevărată. Interpretarea vă oferă anumite repere în funcție de care să vă poziționați și să mergeți mai departe. Această scanare corectă a partenerului, în NLP, este numită calibrare.

Exemplu

Cel mai greu test la interpretarea limbajului trupului îl dau jucătorii de poker. Aceștia încearcă să descopere exact când anume partenerul are o mână bună, când are o mână rea. Ei încep prin a studia comportamentul interlocutorului, iar după ce văd exact ce cărți a avut trag concluziile, cum ar fi: *Deci partenerului meu când are o mână bună i se măresc pupilele, respiră parcă mai repede, își încrucișează foarte des picioarele și se uită de cel puțin 5 ori la cărți în timpul jocului.* Apoi, în următorul joc, urmărește din nou semnalmente și caută să afle dacă într-adevăr ceea ce a observat mai înainte apare și acum. Dacă aceste semne apar din nou și el are o mână bună, el va reacționa în consecință. La fel, va încerca să descopere semnalmente pentru o mână necăștigătoare.

Lupta în limbajul trupului în jocurile de poker devine și mai grea întrucât jucătorii experimentați emit semnale nonverbale menite să-și inducă în eroare partenerul. Trebuie să reușești să le descoperi pe acelea care sunt relevante.

Distincții conceptuale

La ce anume ne referim când spunem limbajul trupului?

CORP

- + poziția în care este așezat
- + mișcări mâini și picioare
- + postură
- + respirație
- + agilitatea mișcărilor

- + poziția coloanei
- + poziția picioarelor
- + momentul mișcărilor
- + ritmicitatea mișcărilor

CAP

- + expresia feței
- + mișcările ochilor
- + trăsături musculare (mișcări)
- + buzele (gura)
- + mișcările și postura capului
- + culoare (ex: roșu în obraji)

VOCE

- + ton
- + intonație
- + ritmicitate
- + sublinieri, accentuări
- + viteză
- + claritate
- + volum

Scris de Marian Rujoiu

TEHNICA DE PERSUASIUNE – MUTAREA ÎN TIMP SAU SPAȚIU

Tehnica de mai jos este extrem de utilă. Nu este doar utilă, ci este și ușor de folosit. Are un efect de „blocare” a partenerului de discuție, aducând totodată o forță de convingere foarte mare. Tehnica face parte strategia de convingere care se numește „Sleight of mouth”. Ca fapt inedit, denumirea de „Sleight of mouth” derivă din „Sleight of hand” care se referă la puterea unui magician de a face trucuri aparent imposibile.

În continuare voi prezenta **„Schimbarea mărimii cadrului”** care este un model din cele 14 concepute de Robert Dilts.

Această tehnică constă în spargerea convingerilor partenerului prin reevaluarea implicațiilor credinței, plasând-o într-un alt context/ spațiu sau prin mutarea ei în timp.

Exemple elocvente de folosire a acestei tehnici

Partenerul: Dacă te culci cu un arab înseamnă că ești o femeie ușoară.

Răspuns persuasiv: Îți dai seama câte femei ușoare sunt în Arabia Saudită?

Notă: Am schimbat cadrul spațial, plasând interlocutorul în Arabia Saudită.

Partenerul: Programarea neurolingvistică este periculoasă pentru că este manipulativă.

Răspuns persuasiv: Peste ani de practică probabil îți va fi greu să îți aduci aminte de această convingere.

Notă: Observați cum, prin acest răspuns, am schimbat cadrul temporal, mutând convingerea din prezent într-un viitor mai apropiat sau mai îndepărtat.

Partenerul: Nu pot să iau examenul de matematică pentru că profesorul nu mă place.

Răspuns persuasiv: La festivitatea de absolvire o să ai alte preocupări decât relațiile cu cadrele didactice.

Notă: În acest exemplu am deplasat din nou în timp convingerea și am schimbat cadrul spațial, transferând credința într-un loc plăcut pentru subiect.

Partenerul: Nu fac afaceri cu tine pentru că te îmbraci sport.

Răspuns persuasiv: Marile afaceri se încheie pe terenul de golf.

Notă: Actualul cadru spațial este înlocuit cu un teren de golf.

Partenerul: Nu cumpăr mașini nemțești pentru că sunt scumpe.

Răspuns persuasiv: Peste ani, când o să te uiți la bordul mașinii și o să observi că ai parcurs peste 100.000 de km fără a avea probleme de mecanică, o să te felițiți pentru investiția făcută în fiabilitate și calitate.

Notă: Se transformă cadrul temporal și spațial, partenerul de dialog fiind plasat în habitacul mașinii într-un viitor nespecificat.

În concluzie, acest model poate fi folosit în următoarele situații:

- pentru a amortiza cu succes obiecțiile clienților în cursul unui proces de vânzare;
- la serviciu, împotriva veșnicilor cârcotași, care nu scapă nicio ocazie de a vă pune la punct;
- asupra celor care, în cadrul unor dezbateri mai restrânse sau mai largi, doresc să vă reducă la tăcere fără să se gândească că rolurile se pot inversa;
- în orice negociere, atunci când vrem să „spargem” anumite convingeri ale partenerului care împiedică discuția să urmeze cursul dorit de noi.

Dacă vrei să verifici în ce măsură ai înțeles tehnica, mai jos ai situații în care trebuie să dai un răspuns persuasiv utilizând această tehnică. Încearcă mutări în timp sau în spațiu ale problemei expuse de interlocutor.

Partenerul: Cred că procedând așa o să dăm greș.

Răspuns persuasiv:

Partenerul: Cred că prețul este prea mare.

Răspuns persuasiv:

Partenerul: Am oferte mai bune.

Răspuns persuasiv:

Partenerul: Am mai auzit asemenea aberații.

Răspuns persuasiv:

Partenerul: Miroși a parfum, cred că mă înșeli.

Răspuns persuasiv:

Răspunde întrebărilor de mai sus, folosind tehnica schimbării cadrului.

Pentru cei care vor să aibă o viziune generală asupra „*Sleight of mouth*” aveți mai jos câteva repere.

„*Sleight of mouth*” este un sistem de 14 patternuri (modele) de limbaj folosite în persuasiune. Acest sistem a fost conceput de Robert Dilts, care a copiat modul în care personalități în comunicare răspundeau atunci când încercau să convingă pe cineva. Unul dintre cei modelați a fost Richard Bandler, cofondator al Programării Neurolingvistice, un maestru al persuasiunii și argumentației logice. Se presupune, la nivel de mit, că atunci când Robert Dilts a conceput „*Sleight of mouth*”, i-a modelat chiar și pe Iisus Hristos, Mahatma Ghandi, Platon, Dalai Lama etc.

Scopul este acela de a permite oamenilor să înțeleagă cum funcționează influența limbajului și, totodată, de a pune la dispoziția oricărei persoane interesate abilitățile de persuasiune ale oamenilor modelați de Dilts prin intermediul acestor patternuri.

Scris de Dan Lambescu și Marian Rujoiu

TEHNICA ÎNTREBĂRILOR ÎN NEGOCIERE

Probabil ați mai auzit ideea că *întrebările sunt importante în negociere*. **Într-o negociere este mai puternic cel care știe și află mai multe și în niciun caz cel care vorbește multe.** Mi-aduc aminte de o mică întâmplare. Eram în vizită la un prieten, care de obicei vorbește destul de mult. Este, de altfel, un tip foarte inteligent, de la care am învățat multe. La un moment dat, vine în vizită un alt prieten de-al lui pe care nu-l cunoșteam. M-am retras din discuție, din câmpul lor vizual, însă azeam fără să vreau cam tot ce se spunea. De fapt nu se spunea, ci doar prietenul meu Paul vorbea. Și vorbea și vorbea... și iar vorbea. Musafirlul din când în când mai punea câte o întrebare: și cum așa? Frumos! Când s-a întâmplat? Iar din când în când dădea aprobator din cap. Discuția lor a durat cam 15 minute, ce m-a marcat însă a fost contrastul: Paul, care vorbea foarte mult, și musafirlul care nu a vorbit în total mai mult de două minute. Și nu a fost de ajuns contrastul, ci concluzia lui Paul la plecarea musafirlului:

„De mult nu am mai avut cu cineva o discuție atât de aprinsă și atât de plăcută. Te aștept pe la mine să mai stăm de vorbă.”

Musafirlul a plecat, iar Paul a continuat să-l laude: „Este un tip extraordinar, plin de bune intenții, poți să porți cu el o discuție serioasă...” ș.a.m.d..

Mai departe, vă voi prezenta câteva moduri de a pune întrebări, urmând ca în funcție de situație să le adaptați pentru a avea un succes deplin.

1. Întrebări indirecte pentru a pregăti acordul partenerului de negociere

De foarte multe ori oamenii nu pot să se hotărăscă rapid, astfel că uneori este binevenit să-i induci ideea că ar putea să ia o decizie în cadrul discuției. Asemenea întrebări, pe care le consider elegante, pot da interlocutorului senzația că decide, iar la nivel inconștient el va analiza întrebarea mai mult decât vă închipuiți. Exemple de asemenea întrebări:

- *Ai putea să iei în considerare că am putea lua o decizie astăzi?*
- *Ai putea să te gândești o clipă că ai nevoie de acest produs?*
- *Poți să-ți imaginezi că acest produs îți va face viața mai ușoară?*

- *Când ar fi nimerit să-ți fac o ofertă finală, acum sau la sfârșitul discuției?*
- *Crezi că ai putea să facem această afacere astăzi, iar mâine să fii bucuros?*
- *Ai putea să-ți imaginezi că începând chiar de mâine ai putea beneficia de acest serviciu?*
- *Ai putea să-ți imaginezi cum îți poate crește afacerea?*

Lista întrebărilor poate continua, chiar ai putea să mai adaugi câteva. Ideea este că asemenea întrebări pleacă de la anumite premise, anume că partenerul s-ar putea bucura dacă face afacerea. Observați că întrebările sunt puse la o manieră simplă, fără a brusca interlocutorul. **Atenție**, fie că îți răspunde sau nu, în mintea lui va da anumite răspunsuri, care de regulă te vor avantaja. Te invit să testezi această tehnică, iar atunci vei fi pe deplin edificat!

2. Întrebări care sunt menite să sporească încrederea partenerului de negociere în dumneavoastră

Încrederea este un lucru greu de obținut. În primul rând, prin ceea ce faci poți demonstra dacă se poate avea încredere în tine, apoi ceea ce ai de oferit și, nu în ultimul rând, ceea ce spui. Există însă și un anumit gen de întrebări care ajută la construirea încrederii. Mai jos aveți exemple de asemenea întrebări:

- *Încrederea înseamnă că acest serviciu este ceea ce vă doriți, dumneavoastră ce vă doriți mai exact?*
- *În timp ce voi expune avantajele acestui produs, încrederea în el v-ar putea crește. Vă puteți gândi foarte serios că sunt banii dumneavoastră și probabil vreți să faceți cea mai bună alegere, nu-i așa?*
- *Ce anume v-ar determina să aveți mai multă încredere în noi?*
- *Ați putea avea mai multă încredere în noi, nu-i așa?*
- *Clienții noștri au încredere în noi. Ei știu că ne facem bine treaba și puteți lua în considerare că în scurt timp veți avea și dumneavoastră încredere în noi.*

Observați, că formulările de mai sus au o doză de ambiguitate intenționată. Scopul este de a **redirecționa puțin atenția pentru a induce partenerului ideea de încredere**. Repet, aceste întrebări ajută

și pot face diferența între tine și ceilalți, ele nu sunt totul, sunt un fel de accesorii care ne ajută.

3. Întrebări de aflare a lucrurilor care sunt cu adevărat importante pentru partener

Acest tip de întrebări ne ajută foarte mult în construirea unei poziții care să fie agreată de interlocutor. Pui întrebări cu scopul de a afla informații. Unele dintre ele nu te ajută neapărat, însă unele dintre ele se vor dovedi extrem de utile. Câteva exemple de întrebări:

- Ce apreciați mai mult la oamenii cu care lucrați?
- Ce vă mulțumește cel mai mult atunci când încheiați o afacere?
- Dacă aș avea o baghetă magică care v-ar putea îndeplini o dorință, care ar fi aceasta?
- Sunt anumite aspecte care vă preocupă în legătura cu produsul nostru?
- Ce anume v-ar putea determina să încheiem afacerea chiar acum?

Întrebările de mai sus sunt exemple de întrebări care îți pot fi de folos, mai mult sau mai puțin, în funcție de situație. Ele au rolul de a obține informații suplimentare de la partener. Odată aflate informațiile, îți va fi mai ușor să-l convingi. Află tot ce poți: valorile lui, bucuriile, temerile, criteriile de alegere, caracteristici, clienți, prieteni, hobbyuri... orice.

4. Întrebări finale - decizia finală

Foarte mulți agenți întâmpină următoarea dificultate: nu reușesc să smulgă un DA final clientului. Partenerul pare convins, totuși afacerea nu se încheie. Sunt câteva întrebări care-l pot ajuta să se hotărască.

- Încheiem afacerea chiar acum?
- Cum preferați plata?
- Când ați vrea să se facă livrarea?
- Câte bucăți doriți?
- Le preferați pe cele roșii sau pe cele albastre?
- Dacă v-aș mai putea face un discount de 2% am încheia afacerea chiar acum?

Întrebările finale trebuie puse cu grijă, astfel încât să nu obținem efectul contrar. Ele „forțează” puțin clientul să se decidă să încheie afacerea. Întrebările pleacă de la premisa că partenerul este hotărât (chiar în cazul în care nu a verbalizat acest lucru).

Cele patru tipuri de întrebări de mai sus nu sunt nicidecum acoperitoare. Ele au valoare de exemple. Unele dintre ele ți-ar putea fi folositoare în activitatea viitoare. Tipurile de categorii de întrebări pot fi infinite, eu alegându-le în acest articol pe primele care mi-au venit în minte. Aș vrea să rețineți că forța unei întrebări este mult mai puternică decât pare la prima vedere. Vă invit să exersați și să practicați întrebările în discuții.

Reține: *În viață nu primești ceea ce meriți, ci ceea ce negociezi!*

Scris de Marian Rujoiu

LEGEA DOVEZII SOCIALE ÎN NEGOCIERI

În acest capitol voi aborda o lege cunoscută în negociere, și anume **Legea Dovezii Sociale**. Probabil v-ați întrebant: de ce oare se numesc Legi, și nu Tactici, spre exemplu? Motivul este destul de simplu. Ele funcționează atât de bine, încât sunt considerate mai mult decât tactici, iar aria lor de aplicabilitate este foarte mare. Să luăm câteva exemple!

Exemplul 1 - Ce este oare?

Mergeți pe stradă și observați un grup de oameni care se uită toți în sus. Fără să vă gândiți foarte mult, veți face același lucru, vă veți uita în sus!

Exemplul 2 - Sala de spectacole

Mergeți la un concert de muzică dance, spre exemplu. Nu v-a plăcut în mod deosebit. Spectacolul se termină, iar artiștii sunt aplaudați. Cel mai probabil, chiar dacă pentru puțin timp, veți aplauda și dumneavoastră. De ce oare?

Exemplul 3 - La cumpărături

Sunteți la mare și observați că într-un anume loc se vând gogoși. Chiar dacă lângă el mai este tot un chioșc de gogoși. La acesta stau 4-5 persoane la rând, iar la celălalt niciuna. Veți considera mai nimerit să vă așezați în spatele celorlalți, plecând de la presupunerea că aici „probabil sunt mai bune”!

Exemplul 4 - Reclamele

Dacă veți urmări o pauză de reclame, veți observa cel puțin o reclamă care folosește **legea dovezii sociale** într-o formă sau alta. Exemple: un grup de oameni mulțumiți, un grup de oameni care aleargă după chipsuri, prezentarea unui om care a câștigat participând la o tombolă etc.

Exemplul 5 - Dezbateri televizată

Foarte adesea, atunci când are loc o dezbateri televizată ce are și un public, cel care face montajul emisiunii poate transmite telespectatorilor un anumit sentiment. De pildă, atunci când vorbește un invitat, vor arăta oameni din public foarte atenți, care eventual dau și aprobator din cap, iar când vorbește celălalt invitat arată oameni

plicitișiți, care eventual strâmbă și din colțul gurii. Această metodă se folosește pentru a transmite telespectatorului sentimentul dorit, întrucât acesta, inconștient, tinde să fie de acord cu publicul. Acest exemplu l-am oferit mai mult pentru a ști să vă apărați de această lege, atunci când este aplicată asupra voastră.

Folosirea acestei legi este foarte puternică, ea operează în realitatea cotidiană la tot pasul. Inconștient, fiecare dintre noi ia decizii de cumpărare sau de refuz atunci când este folosită. Întrebarea care probabil o aveți în minte ar fi următoarea: „Bine, bine... dar cum o folosesc în negocieri?”

În negociere este folosită foarte frecvent. Atunci când veți negocia ceva, veți aduce în discuție acei clienți mulțumiți cu care lucrați, numărul mare de unități vândute etc. Veți avea probabil un catalog care arată oameni mulțumiți care folosesc aceste produse. Uneori se apelează la vedete care consumă produsul respectiv, iar aici tot de **Dovadă Socială** este vorba.

În concluzie, vă sfătuiesc să folosiți Legea Dovezii Sociale ori de câte ori aveți ocazia. Oamenii se vor lăsa mai ușor convinși dacă puteți să le exemplificați foarte ferm mulțumirea clienților sau situații similare în urma cărora oamenii, procedând într-un anumit fel, au avut de câștigat.

Scris de Marian Rujoiu

NEGOCIEREA ÎN AFACERI – CUM VÂND CEVA SCUMP?***Strategie în vânzări – ce e ieftin e scump***

Mulți dintre **agenții de vânzări mi-au semnalat că au dificultăți în a vinde un produs sau un serviciu care este mai scump**. Din experiența proprie, pot să afirm că oamenii nu cumpără numai produsele care au cel mai mic preț. Mi-am propus să explic cum putem demonstra clienților că produsele scumpe sunt o alegere fericită. Puteți să vedeți mai jos cum să poziționați oferta dumneavoastră (mai scumpă) față de una mai ieftină.

Oamenii au mai multe criterii în funcție de care achiziționează, fără a se limita la acestea:

- *Persoana care face vânzarea (îi place sau nu-i place)*
- *Beneficiile imediate*
- *Beneficiile pe termen lung*
- *Părerea despre produs*
- *Raportul preț/calitate*
- *Bugetul disponibil*
- *Marca produsului sau a serviciului*

Realitatea ne demonstrează permanent că nu se vând doar cele mai ieftine produse sau servicii. Întrebarea de o mie de puncte este „**cum faci să vinzi un produs foarte scump?**” În cursurile noastre de negociere și vânzări prezentăm mai multe modalități, însă în acest articol mă voi rezuma la una din ele, care funcționează în multe cazuri.

Întrebarea pe care o pun este simplă:

Poți demonstra că produsul tău scump este de fapt foarte ieftin?

Când un client spune că vrea să cumpere un produs mai ieftin, în acel moment eu sunt bucuros, pentru că își întinde singur o capcană și îmi oferă posibilitatea să demonstrez că ce este ieftin este scump și, cumpărând de la mine, el ia un produs foarte ieftin. Puteți face un joc de cuvinte și de argumente perfect fundamentat, așa cum veți vedea în exemplul de mai jos:

Exemplu: Telefon mobil clasic versus telefon cu tastatură completă

Presupunem că telefonul simplu costă 50 de euro, iar cel performant cu tastatură completă costă 200 de euro, un preț de patru ori mai mare. În asemenea situații putem pune întrebări de genul:

- Este importantă imaginea dumneavoastră? Cât ar valora?

- Scrieți mesaje? Puteți scrie un mesaj în jumătate din timp. Economisiți 30 de secunde la fiecare mesaj, astfel că veți scrie poate câteva mii în plus. Cât valorează o secundă din viața dumneavoastră? Poate 10 cenți, poate mai mult. Dacă ar valora 10 cenți și ați scrie 2000 de mesaje în următorii 2 ani, înseamnă o economie de 200 de euro de exemplu.

- Navigați pe internet? Puteți răspunde rapid la e-mailurile importante, ceea ce vă poate aduce afaceri profitabile de sute sau chiar mii de euro, deoarece partenerii de afaceri apreciază promptitudinea.

Întrebările pot continua, acestea au doar valoare de exemplu pentru a înțelege tehnica. Evident, **întrebările trebuie adaptate contextului, interlocutorului și produsului pe care-l oferiți.** Ideea este simplă: **trebuie să găsiți acele lucruri care fac diferența și să încercați o cuantificare financiară a acestora.** Practic, exagerând puțin, în 2-3 ani, telefonul de 200 de euro vă poate ajuta să câștigați mii de euro. Telefonul de 50 de euro nu prea oferă aceste posibilități.

Vedem cum ce e ieftin e scump pentru că punctând anumite diferențe puteți să-l convingeți că ceea ce-i oferiți nu este mai scump, ba, din contră, este foarte, foarte ieftin, îi aduce chiar și profit. Poate da 50 de euro fără să aibă beneficii sau poate da 200 de euro și să câștige mii de euro. **Deci care telefon este mai ieftin?**

Ar putea să vă placă **această strategie de negociere pentru că oferă o cale de trecere peste impas.** Cheia este punctarea beneficiilor și valorizarea lor. Oamenii nu vor să facă afaceri proaste și se pot gândi la ceea ce le veți spune. La nivel inconștient, fiecare om, într-o măsură mai mare sau mai mică, face acest lucru. Dacă veți merge într-un supermarket veți observa o gamă foarte mare de produse și veți vedea că nu doar cele mai ieftine se vând, ci și cele din alte categorii, pentru că oamenii, la nivel inconștient, judecă valoarea produsului, și nu prețul. Decizia se ia inconștient și de cele mai multe ori în mod automat. Mulți oameni nu vor cumpăra cel mai ieftin produs tocmai pentru că este cel mai ieftin.

Încercați tehnica, puneți o valoare pentru ceea ce oferiți și dacă interlocutorul nu răspunde, începeți să cuantificați beneficiile a ceea ce aveți de oferit. Inclusiv a lucra cu dumneavoastră poate fi un beneficiu.

Vânzătorii profesioniști nu se tem că există produse mai ieftine. Ei vor trece la acțiune și vor explica cum produsul sau serviciul este extrem de ieftin, când el este de fapt foarte scump, iar produsul pe care-l oferă, aducând nenumărate beneficii, devine aproape o sursă de bani.

Experimentați tehnica și veți avea rezultate foarte bune. Doresc să fac avertizarea că această tehnică funcționează în multe cazuri, dar nu în toate. Un negociator experimentat va intuit imediat ce tehnică se potrivește mai bine fiecărei situații. A negocia este un lucru frumos, care te face să prețuiești mai mult ceea ce ai de oferit și îți crește totodată încrederea în tine pe măsură ce obții rezultate remarcabile. Negociem permanent, în afaceri, la serviciu sau în viața personală.

Rețineți: În viață și în afaceri nu primiți ceea ce meritați, ci ceea ce negociați!

Scris de Marian Rujoiu

TEHNICA PRESUPOZIȚIEI – CÂT DE UȘOR AR FI SĂ...?

Tehnica presupuziției pleacă de la premisa că „se poate” și pune totul într-o formulare pozitivă: „*Cât de ușor ar fi să...?*”

Sunt o serie de întrebări pe care un negociator experimentat ar trebui să știe să le pună, deoarece îl ajută să obțină rezultatele dorite.

Una din aceste întrebări este „*cât de ușor ar fi să...?*” Pare o întrebare banală, dar o să realizați la sfârșitul acestui capitol impactul real pe care îl are.

Exemplul 1

Am sunat la un moment dat la un hotel și am întrebat: „*Cât de ușor ar fi să mă cazez la ora zece?*” (cazările începeau la ora 12 și, implicit, rezervarea mea era făcută cu acest interval orar) Mi s-a răspuns: „*Numai puțin, stați să verific*”. A revenit cu răspunsul: „*Știți, nu ar fi foarte ușor!*” Era exact răspunsul pe care îl doream, anume că totuși „se poate”. Am folosit puterea presupuziției în această situație și am oferit o sugestie – că este ușor și că se poate! În mod evident, răspunsul final a fost că se poate și că voi fi cazat, chiar dacă inițial mi s-a răspuns că nu este foarte ușor

Exemplul 2

În cadrul proiectului Business StartUp trebuiau împărțite formulare către beneficiari și distribuită o carte gratuit. Mă sună persoana care distribuia cartea și formularele și îmi spune: „*M-a oprit poliția și îmi spune că nu avem autorizație să facem asta*”. Întreb: „*Ce autorizație îți trebuie, în condițiile în care dăm ceva gratuit?*” Am cerut să vorbesc cu persoana de la poliție. I-am explicat despre ce este vorba, că facem ceva frumos, iar la sfârșit am pus o întrebare: „*Nu vă supărați, cât de ușor ar fi să ne lăsați să împărțim cărțile sau să ne recomandați un alt loc în care să le putem distribui fără probleme?*” Persoana răspunde că nu ar fi foarte ușor, cu toate acestea ne-a recomandat până la urmă un alt loc în care să putem distribui cărțile.

Scris de Marian Rujoiu

3.2.2. Vânzări

ATITUDINEA GREȘITĂ ÎN VÂNZĂRI: SĂ ÎNCERCI SĂ VINZI!

Probabil titlul ți se pare un nonsens, cum adică atitudinea greșită în vânzări este aceea în care vinzi? În trainingurile mele de vânzări totdeauna am întâlnit întrebarea: *ce atitudine trebuie să am în relația cu cel căruia vreau să-i vând ceva*, iar răspunsul meu este de obicei: *aceea în care tu nu ai nimic de vânzare*. Văd ochi mari prin sală, văd cum participanții sunt nedumeriți. Încep apoi să explic de ce cred acest lucru și văd la final fețele lor luminate, simțind că în sfârșit au înțeles ce atitudine trebuie să aibă în vânzări. Acest lucru o să-l vezi și tu citind acest articol.

O să plec de la un caz real, care-mi este proaspăt în minte. Vreau să-mi construiesc o casă și chiar ieri m-am întâlnit cu unul dintre constructori. Mi-a plăcut enorm de mult atitudinea lui.

Mi-a povestit despre echipa lui, despre cum se poartă el cu ei, despre casele pe care le-a făcut. Apoi a început să mă întrebe care-i treaba cu mine: de unde sunt, ce vreau să fac cu acea casă, unde lucrez, câți ani am, ce lucrez etc. Mi-a intrat, elegant, în viața personală. A trecut unul dintre muncitorii lui pe lângă noi. L-a oprit și a început să-i povestească despre mine ceva de genul: *uite, acest băiat vrea să-și facă o casă, este din... lucrează... etc.* Mă trezesc cu următoarea întrebare, la care recunosc că nu mă așteptam:

„Știi de ce te-am întrebat aceste lucruri?”

Eu răspund:

„Nu știi, de ce?” (În gândul meu... de curios, de ce oare?!)

Iar el îmi răspunde: **Știi, eu nu fac pentru oricine case!**

Aceasta este expresia cheie a acestui articol: „Știi, eu nu vând oricui” sau „Vreau să mă conving că merită să beneficiazi de ceea ce am eu de oferit!”

Mai mult, continuând discuția cu acel constructor, a început să-mi povestească despre un caz de-al lui de cu câteva zile în urmă: „A venit o femeie la mine, că vrea să-i fac o casă. Nu o să-i o fac pentru că nu

mi-a plăcut de ea. Nu mi-a plăcut, eu mai mă uit și la om, ție o să-ți fac dacă ne înțelegem”.

Pentru mine discuția cu acest om a fost o lecție din teren. Acest constructor trăiește la țară și nu a beneficiat de formări naționale sau internaționale! Este mult peste vânzători cu care am avut de-a face de la companii multinaționale. Mi-a vândut excelent, fără să-mi vândă, a schimbat poziția, aproape eu eram vânzătorul și el cumpărătorul. Evident, am făcut față acestei poziții cu succes, cu toate acestea chiar mă gândesc serios să lucrez cu el, pentru că prin atitudinea lui mi-a inspirat încredere.

O să enumăr mai jos punctele cheie din discuția cu el, ca principii de atitudine în orice vânzare:

1. Nu îi vinzi nimic, tu îl ajuți să se dezvolte.
2. Nu duci lipsă de clienți.
3. Fă-l să înțeleagă că îți alegi cu grijă clienții.
4. Arată-i că îți pasă de ceea ce faci și crezi în ceea ce faci.
5. Explică-i că dai importanță echipei cu care lucrezi, ai grijă de ei etc.
6. Fă-l să se simtă onorat că lucrează cu tine.
7. Intră în sfera personală la începutul discuției.
8. Încearcă să-i stârnești dorința de a lucra cu tine.
9. Lasă-l pe el să te convingă să-i vinzi!

Un cârcotaș poate să spună: „Da’ nu merge totdeauna, da’ e prea agresivă, da’ este foarte greu”.

În acest caz eu aș răspunde: așa este, nu merge întotdeauna, dacă ar fi o metodă 100% sigură ar deveni rețetă universală, ceea ce nu este cazul în vânzări. Apoi, din nou i-aș da dreptate acestui cârcotaș, în sensul că tehnica nu-i foarte ușoară, iar cât privește agresivitatea... aici nu sunt de acord. Totul depinde de tine, de eleganța și de stilul tău, de modul cum îți alegi cuvintele, de tonul pe care îl folosești!

Aplică această tehnică și vei face parte dintr-o clasă superioară a agenților de vânzări. În acest fel **vei trece de la poziția de milog disperat: „Cumpără de la mine, am nevoie de acest lucru” la poziția: „Pot fi partenerul tău, este o onoare să lucrezi cu mine, te ajuți pe tine dacă vei cumpăra de la mine”.** Spune sincer, tu ai cumpăra de la un

agent disperat? Probabil că nu, sau dacă ai întâlni așa ceva, ai forța negocierea, i-ai cere discounturi peste discounturi! Aștept feedbackul tău cu interes.

Încheind, sper că acest articol vă va fi util și că ați înțeles care este atitudinea potrivită în vânzări și negociere.

Scris de Marian Rujoiu

CUM SĂ CONVINGI ÎN 5 PAȘI SIMPLI?

Fie că este vorba de a negocia, de a vinde sau de a convinge, pentru o înțelegere mai ușoară a felului în care putem convinge este foarte ușor să facem o paralelă cu piramida lui A. Maslow. Cinci trepte și cinci trebuințe simple care îți pot mări puterea de convingere. Uneori observi că nu reușești să convingi, astfel că este foarte posibil ca tot modelul lui Maslow (prima variantă) să te lămurească.

Cele cinci trepte pe care ai putea să le urmezi sunt:

1. Convinge-l că are nevoie!
2. Convinge-l că ceea ce-i propui îi sporește securitatea!
3. Convinge-l că cei care au mai procedat în acest fel au făcut o alegere bună și că alegând lucrul respectiv are acces la o comunitate selectă!
4. Convinge-l că ceea ce-i propui îi oferă un plus față de ceilalți!
5. Convinge-l că face o afacere bună și că va avea un sentiment de împlinire, depășind astfel condiția actuală!

La ce ne ajută acești 5 pași?

Ne ajută să înțelegem care este firul prin care putem convinge pe cineva. Fie că e vorba de ceva personal sau profesional, trebuie să înțelegem că lucrurile capătă logică când avem în minte acești pași.

Să presupunem că vrei să vinzi o mașină, o Dacie de exemplu, veche de trei ani. Vecinul tău are un Audi A4, cumpărat în urmă cu un an. Crezi că vei reuși să-i vinzi Dacia ta? Cel mai probabil nu vei reuși pentru că nu are nevoie de ea, nu e mai sigură decât a lui; nu cred că vei găsi exemple prin care să-l convingi că va avea „acces la o clasă superioară”, nici că va fi un plus față de mașina lui și probabil nu ai argumente să-l convingi că în urma achiziționării unei Dacii va simți satisfacție maximă sau că a făcut o afacere bună. Este posibil numai într-un singur caz, anume numai dacă are datorii mari și urgente și între a nu avea mașină deloc (presupunem că are de gând s-o vândă) și a avea o Dacie nu foarte veche care să-i asigure nevoile de bază, ai o șansă. Un vânzător bun nu este acela care vinde frigidere la Polul Nord. Pe acesta eu l-aș întreba... „ce cauți la Polul Nord, când ai putea vinde foarte bine în zona Ecuatorului?” Intrăm în acest fel în zona managementului vânzărilor, anume că trebuie să acționezi acolo unde este nevoie, să folosești

timpul așa cum trebuie, în locul care trebuie și acolo unde există o nevoie de bază (treapta I conform clasificărilor).

Dacă însă celălalt vecin al tău nu are mașină deloc, este posibil să ai șanse mult mai mari, iar un dialog ar putea fi de forma celui de mai jos:

Tu: Salutare, vecine, ce mai faci?

Vecinul: Uite, fac foarte bine, aranjez și eu puțin grădina!

Tu: Vecine, uite, mă întrebam de ce nu ai tu mașină? Cu siguranța ai avut nevoie până acum. E mai greu să te descurci fără o mașină atunci când ai nevoie. (treapta 1)

Vecinul: Da, am nevoie, dar mă descurc și fără.

Tu: O mașină înseamnă siguranță și libertate de mișcare. Poți să ai grijă de familia ta, de copii, îți asiguri confortul psihic, ca atunci când trebuie să ajungi undeva - te-ai urcat în mașină și ai plecat să rezolvi problema. Nu mai spun situații medicale delicate, salvările astea ajung la tine într-o oră, două. Ai mașina ta, ai siguranță! (treapta 2 – nevoia de siguranță)

Vecinul: Poate că ai dreptate, sper însă să nu am niciodată vreo problemă!

Tu: E bine ca fiecare om să aibă o mașină. Până la urmă intri în rândul oamenilor normali: ai o casă, ai o mașină. Ține și de imaginea ta. Orice om serios are o mașină. (treapta 3 - apartenența)

Vecinul: Și ce câștig eu dacă am mașină?

Tu: E un bun, e al tău și știi că poți face orice cu el. E un plus, e o valoare. Până la urmă e un indicator al nivelului de trai! (treapta 4 – avantajul, acumularea)

Vecinul: Hm... cred că tu vrei să-mi vinzi mașina ta!

Tu: Cred că e mai important că ai tu nevoie, decât că vreau eu să o vând! Până la urmă să ai o mașină e o realizare. Nu crezi că te-ai simți bine să ai tu mașina ta? Ai o satisfacție. (treapta 5)

Vecinul: Cred că ai dreptate, cât ceri pe ea?

Și începe negocierea pe marginea prețului!

În exemplul de mai sus, așa cum a fost construit el, observăm că decizia de a deschide negocierea a fost provocată abia la treapta 5. Era foarte greu dacă începeam direct de la cinci. Trecerea prin celelalte trepte are valoarea de suport al provocării unei decizii. De exemplu, în

cazul celui altă vecin cu Audi, negocierea se oprește la prima treaptă pentru că omul nu are nevoie. Prin traseul discuției de mai sus, pornim de la bază, ne asigurăm înainte de toate că are nevoie și că înțelege acest lucru. Chiar în prima frază ne spune: „am nevoie, dar mă descurc și fără”. Înseamnă că suntem pe drumul bun, anume că am trecut de treapta întâi și că sunt alte elemente care l-ar putea determina să ia decizia.

În afară de a fi o schemă care ne ajută ușor să convingem, trebuie să înțelegem că succesul unei negocieri este cu atât mai mare cu cât sunt satisfăcute mai multe din cele 5 coordonate, de jos în sus.

Cele cinci elemente (1 - nevoia primară; 2 – securitatea; 3 - accesul la comunitate; 4 - dorința de acumulare și 5 - realizare și satisfacție) pot funcționa și secvențial. De exemplu, dacă ne uităm la reclamele la hipermarket: „găsești tot ce ai nevoie (1 - nevoia) la cel mai mic preț (risc scăzut, economie)”, ele merg primordial pe primele două trepte. Pe măsură însă ce ne îndreptăm spre clasa produselor de lux, apar reclame de la treapta 3-4 în sus: intri într-o categorie a oamenilor de succes având produsul respectiv (4 - accesul la o comunitate) și vei avea un sentiment de satisfacție, de împlinire (5 - realizare). În acest din urmă caz, se presupune că publicul cărui îi este adresat produsul sau serviciul respectiv are satisfăcute celelalte nevoi.

Trebuie să reținem că în cadrul discuțiilor noastre una dintre cele 5 trepte provoacă decizia. Practic, faptul că are nevoie nu duce neapărat la luarea deciziei, ci nevoia (treapta 1) aduce numai un aport în luarea deciziei. De exemplu, dacă te duci într-un magazin, este mult mai ușor să iei decizia de a cumpara o pereche de pantofi scumpi dacă ai și nevoie în acel moment de pantofi. Dacă nu ești însă foarte convins că ai nevoie, este foarte posibil să amâni decizia ta și să-ți învingi sentimentul de satisfacție de a avea perechea de pantofi respectivă (treapta 5) sau dorința de a fi special în rândul cercului frecventat de tine (treapta 4).

Sfaturi în loc de concluzie:

1. Începeți să convingeți de jos în sus (de la treapta 1 către treapta 5)!
2. De multe ori nu poți convinge un om pentru că blochezi discuția pe o treaptă, pe securitate de exemplu. Securitatea ajută la luarea deciziei, dar poate că nu provoacă decizia.

3. Nu insistați pe treptele unde clientul/partenerul este deja convins sau nu este nevoie să-l convingi (ex. - produsele de lux)! De exemplu, dacă încerci să convingi că produsul de lux este foarte ieftin și că va face economie în acest sens, s-ar putea să nu-l mai convingi deloc, pentru că „ieftin” în cazul de față intră ușor în contradicție cu treptele 4 și 5.

4. Folosiți acești 5 pași simpli și oferiți-mi feedbackul! Eu am testat și a funcționat.

Scris de Marian Rujoiu

CUM VINDEM ÎN SITUAȚII DE CRIZĂ

Tot am primit în ultima vreme solicitări de la companii de genul: *vreau un program în care să-mi învățați agenții cum să vândă în situații de criză*. Voi lua un caz specific întâlnit foarte recent, mai exact cu directorul unei companii pe care o voi numi RBD. Până aici toate bune și frumoase, însă lucrurile s-au complicat când am intrat în detalii.

Întotdeauna suntem atenți la nevoile clienților, astfel că-i întrebăm:

În viziunea dumneavoastră cum ar trebui să arate un program de vânzări în perioadă de criză?

Răspunsul directorului RBD a fost ceva de genul: *vreau agenți de vânzări agresivi care să fie mult mai incisivi. Vreau să vândă fără ezitare și fără sentimente și mai vreau ceva, să vândă foarte repede pentru că nu avem timp de pierdut*.

Vreau să fac o mică paranteză și o să vă rog să vă imaginați că sunteți client și aveți de-a face un agent de vânzări care încearcă să vă facă să cumpărați de la compania pe care o reprezintă. Vreau să vizualizați situația în care discutați cu agentul de vânzări și aveți senzația că cel din fața dumneavoastră:

- este agresiv
- se grăbește să vă bage produsul pe gât
- nu este interesat de ce anume aveți nevoie exact
- insistă să luați o decizie rapid
- vorbește de rău concurența

Cum v-ați simți? Cel mai probabil nu foarte confortabil. Veți căuta rapid o cale prin care să amânați luarea unei decizii și să încheiați discuția.

Profilul de mai sus în niciun caz nu este unul care să crească vânzările. Consumatorul, în această perioadă, va fi mult mai atent decât în alte perioade. În situații de criză fiecare dintre noi va încerca să-și dea seama dacă aruncă banii pe fereastră sau nu, iar cel mai important este ca cel din fața noastră să ne inspire încredere, iar graba sau agresivitatea în niciun caz nu sunt motive pentru a avea încredere. Să

fim onești cu noi și să recunoaștem că în această situație vom fi mai suspicioși ca oricând.

Revenind la discuția cu RBD, am încercat să-i explic că un asemenea program nu va avea randament.

I-am răspuns: *Dacă vom crește agresivitatea agenților, clienții vor deveni mult mai suspicioși, iar implicit vor provoca decizia de cumpărare din ce în ce mai rar.*

Agresivitatea directorului RBD a crescut și m-a întrebat: *Extreme Training poate să facă acest lucru sau nu?*

Răspunsul meu a fost sincer, clar și la obiect: Poate să facă acest lucru, însă nu o va face.

(mi-amintesc și acum nedumerirea directorului)

Directorul RBD: Cum adică, sunt client și-mi spuneți că eu plătesc și eu pot primi ceea ce vreau?

Eu: Exact, noi nu vă putem oferi ceea ce doriți dumneavoastră.

Directorul RBD: Cum așa?

Eu: Dumneavoastră doriți creșterea vânzărilor, nu-i așa?

Directorul RBD: Da...

Eu: Atâta timp cât noi suntem convingși că nu aceasta este calea prin care pot fi crescute vânzările, nu vi se pare onest să vă și spunem acest lucru?

Directorul RBD: Ba da....

Eu: Una dintre valorile Extreme Training este integritatea. Mai exact, când spunem că facem un lucru, și facem acel lucru. Sunt singur că peste jumătate dintre companii v-ar oferi fără ezitare un program de creștere a agresivității agenților. Mai știu însă un lucru!

Directorul RBD: Care anume?

Eu: Că după o lună de zile, când veți vedea că vânzările nu au crescut, ba din contră, cu siguranță ați renunța la colaborarea cu respectiva companie de training. Am dreptate?

Directorul RBD: Categorie!

Eu: Vreau să avem de lucru și peste două luni, motiv pentru care dorim să vă propunem soluții care într-adevăr să vă crească vânzările! Sunt convins că și dumneavoastră vă doriți același lucru.

Directorul RBD: Am înțeles. Prin urmare, ce-mi propuneți?

.....

Dialogul a continuat, iar discuția s-a transformat într-una elegantă. L-am convins că profilul agentului, așa cum îl vedea el anterior, într-

adevăr nu ar fi condus la creșterea vânzărilor. Scriu acest articol într-un moment în care se dovedește că am avut dreptate, iar rezultatele se văd. Acum directorul RBD este fericit că a mers pe mâna mea și că a ales un program diferit de ceea ce a avut inițial în plan. Este fericit pentru că efectele trainingului deja se văd în cifre.

Probabil vă întrebați: Bine, bine... și ce i-ai propus?

I-am propus un program care să dezvolte un profil total diferit de cel descris mai sus. Am convenit ca prin programul de training să instruim agenții să dobândească următoarele abilități:

- cum să-și scadă agresivitatea
- cum să câștige încrederea clienților
- cum să răspundă obiecțiilor ridicate de clienți
- cum să construiască relații de durată
- cum să convingă mai ușor
- cum să racordeze nevoia clienților la oferta lor
- cum să preîntâmpine regretul postachiziționare
- cum să fidelizeze clienții

Acesta este profilul în care eu cred. În niciun caz nu cred în profilul agresiv. Acesta este profilul care generează rezultate. Este drept, în perioadă de criză una dintre etape poate fi disperarea. Astfel că acum recomand mai mult ca oricând agentul de vânzări profesionist. În niciun caz disperarea, graba sau agresivitatea nu va aduce nimic bun.

În concluzie, creșterea vânzărilor poate fi făcută numai în două feluri:

1. creșterea numărului de clienți
2. păstrarea actualilor clienți

Aceste două lucruri simple pot fi atinse abordând o strategie asemănătoare celei de mai sus:

Creșterea încrederii, construirea de relații, atenție la nevoile lor, putere de convingere, fidelizarea clienților.

Prin urmare, foarte mare atenție! Fie că ești agent, fie că ești director al unei echipe de vânzări, caută strategii câștigătoare pentru

creșterea vânzărilor. Disperarea nu este o soluție, iar agresivitatea nici atât. Adaptat la produsele companiei, găsește acele căi prin care poți crește încrederea și poți construi relații de durată. În plus, îți mai poți pune o serie de întrebări cum ar fi:

1. Cunoștințele tale – Ești un profesionist?
2. Felul tău de a fi – Inspiri încredere?
3. Nonverbalul și paraverbalul – Ești un maestru al comunicării?
4. Ce ai de oferit – Te recomandă sau nu?
5. Poziționarea – Tu vinzi sau ești cumpărător?
6. Orientare în teren – Faci vizite la întâmplare sau ești în vizită la un potențial client?
7. Timpul – Cât de grăbit ești să cedezi?
8. Imaginea ta – Dacă ar vorbi, ce ar spune?
9. Starea ta de spirit – Pesimist sau optimist?
10. Respectul – Cine pe cine respectă?

Scris de Marian Rujoiu

NEGOCIEREA SALARIULUI ÎN SITUAȚIA DE CRIZĂ

Trăim vremuri grele. Realist vorbind, în aceasta perioada cele mai multe negocieri vor fi purtate pe tema păstrării actualului nivel salarial și foarte posibil pe a păstrării locului de muncă. Sper să citești cu plăcere acest articol și să-l folosești atunci când vei fi pus în această situație, anume a negocierii salariului în avantajul tău.

PREGĂTIREA NEGOCIERII

Un lucru esențial care ține de reușita unei negocieri presupune cunoașterea în detaliu a partenerului de negociere. Trebuie să știi foarte multe lucruri despre el. Cu cât vei ști mai multe lucruri, cu atât vei avea șanse mai mari. Greșeala pe care mulți negociatori o fac este aceea că ei, deși cunosc multe lucruri legate de partener, nu țin seama de ele. Pune-te în locul partenerului tău de negociere și șansele de reușită vor crește cu cel puțin 30%. În cazul de față, în primul rând trebuie să te pui în pielea șefului tău: să încerci să gândești ca el, să simți ca el, să vezi ca el, să auzi ca el și să iei decizii ca el.

Ai făcut un prim pas mare dacă te vei pune în pielea șefului tău. Gândește-te că nu mai ești un angajat, ci ești angajatorul și ești amenințat de un posibil faliment. Încearcă să rămâi măcar câteva minute în această situație. Gândește-te profund, iar dacă într-adevăr vrei să ai toate argumentele pentru a-ți convinge șeful, ia o hârtie și un pix și completează spațiile libere în propozițiile de mai jos. Reține! Ești în pielea șefului. Să presupunem că te chemă Ștefan!

Ești șeful și îți dai seamă că:

1. Cel mai probabil în anul 2011 profitul companiei o să
2. Anul 2011 este un an de
3. Cel mai probabil în anul 2011 o să:
 - a. Măresc salariile
 - b. Mențin salariile
 - c. O să scad salariile
4. Cel mai mult apreciez la Ștefan
5. Cel mai mult mă deranjează la Ștefan
6. Mă pot baza pe Ștefan mai ales atunci când

7. Ștefan, în conformitate cu postul pe care-l ocupă, are un salariu:
 - a. Mai mare decât în alte companii
 - b. Similar
 - c. Mai mic decât în alte companii
8. Cred că Ștefan mai poate lucra pentru a-și îmbunătăți.....
9. Munca lui Ștefan îmi generează lunar un profit de aproximativ
10. În cadrul echipei Ștefan are rolul de
11. Realizările lui Ștefan din ultimele 3 luni au fost
12. Ștefan are responsabilități care duc la dezvoltarea companiei:
 - a. În mare măsură
 - b. În oarecare măsură
 - c. În mică măsură
13. Dacă îi măresc/mențin salariul lui Ștefan, ar trebui să măresc salariile întregii echipe
 - a. da
 - b. nu
14. Ștefan ar putea prelua și responsabilitățile legate de
15. Ștefan este cel mai bun în

Acestea au fost numai câteva dintre ideile pe care șeful tău le are sau le poate avea la un moment dat. Răspunzând sincer, evaluezi corect situația. Cu cât vei da răspunsuri mai aproape de ceea ce ar răspunde șeful tău, cu atât vei avea o viziune mai realistă asupra situației.

SĂ ÎNCEPEM!

Câteva lucruri pe care le ai de făcut înainte de a începe marea bătălie:

1. Răspunde sincer la cele 15 întrebări de mai sus!
2. Atitudinea ta: nimic nu trebuie să te oprească în a cere un salariu mai mare, în condițiile în care consideri că meriți acest lucru. Este evident că nu poți avea un salariu mai mare dacă nu ceri acest lucru.
3. Evaluează nevoile companiei!
4. Evaluează situația!
5. Evaluează adevărata ta valoare - ca individ în cadrul companiei!
6. Evaluează valoarea ta în cadrul grupului!

Două întrebări de referință ce pot măsura care sunt șansele de a ți se acorda mărirea de salariu și/sau a condițiilor de lucru:

1. În ce măsură angajarea altcuiva ar presupune costuri suplimentare?
2. În ce măsură locul tău ar putea fi preluat fără probleme de către un angajat nou?

Având răspunsul la aceste două întrebări poți afla poziționarea ta în cadrul companiei. Într-adevăr, îți trebuie un moment de sinceritate pentru a răspunde la aceste două întrebări. Tendința noastră va fi aceea de a ne supraevalua. Gândiți-vă la dumneavoastră ca la o a doua persoană, ca la un coleg de serviciu și încercați să va detașați!

LĂRGEȘTE-ȚI PERSPECTIVELE!

Ce înseamnă de fapt salariul? Adesea când spunem salariu, ne gândim la cât câștigăm din punct de vedere pecuniar. O viziune reală asupra unui loc de muncă ar trebui să cuprindă tot ce primești în schimbul prestației tale și cum primești aceste beneficii. Dacă avem în vedere doar banii, nu vom avea o viziune corectă asupra modului cum suntem răsplățiți. O enumerare a aspectelor care pot fi luate în discuție la o negociere de salariu ar fi următoarele:

- Bonusuri
- Zile de lucru
- Vacanțe
- Timpul de lucru
- Acoperirea transportului
- Deplasările
- Asigurare
- Salariul fix
- Spațiul de lucru
- Echipamentul pus la dispoziție
- Puterea de decizie
- Posibilități de promovare

Factorii cheie ce au/pot avea legătură cu negocierea salariului (Pregătirea negocierii)

1. Gradul de dependență al firmei față de munca pe care o prestezi
2. Rata inflației
3. Costurile tale primare legate de locuință, transport sau alte cheltuieli constante ce au intervenit între timp
4. Situația companiei (în creștere/ în descreștere/ imaginea slabă/ angajează/ reduce personalul)
5. Disponibilitatea/ potența firmei de a oferi un salariu mai mare
6. Media salariului pe piață, pe aceeași poziție pe care te afli în acel moment
7. Ce precedente are compania în acest sens – care au fost situațiile în care aceasta a oferit mărimi de salariu?
8. Ce valoare ai tu pentru șef și pentru companie?
9. Ce extraresponsabilități ai putea să preiei?
10. Ești dispus/ă să muncești mai mult pentru a primi un salariu mai mare?
11. Ce competențe ai, astfel încât să poți fi reangajat/ă într-o altă companie cu aceleași responsabilități, dar având un salariu mai mare?
12. Cum vede șeful această problemă a măririi salariului?
13. Ce l-ar putea determina totuși să ofere o mărire? Încearcă să corelezi acest lucru cu obiectivele sale personale în cadrul companiei precum și cu obiectivele companiei.
14. Există alte persoane în firmă prin intermediul cărora propunerea ta de mărire de salariu ar avea șanse mai mari? În ce măsură ai acces la aceste persoane?
15. Găsește acel motiv pentru care ar fi normal să ți se acorde această mărire: există un buget alocat salariilor sau o anumită politică salarială? Nu s-ar crea oare un precedent care nu poate fi susținut de către firmă? Ești doar unul dintre sutele de angajați!!!

După cum observați, această mărire de salariu nu este o sarcină tocmai ușoară. Trebuie să privești atât din punctul de vedere al companiei, cât și din al dumneavoastră. Mai mult de atât, trebuie să evaluezi situația atât separându-vă pe dumneavoastră de companie, cât și în relație cu aceasta.

Scris de Marian Rujoiu

Să negociem salariul!

Patru Sfaturi Cheie!

✓ Solicită o întâlnire cu șeful în cel mai bun moment. Nu-i spune din start că tema discuției este dorința ta de a ți se mări salariul. Alege Locul și Timpul Potrivit!!

✓ În timpul discuției încearcă să folosești acele argumente pe care șeful le aduce de obicei. Încearcă să folosești același tip de argumentare. Citează-l dacă este nevoie! De exemplu, dacă șeful nu este de acord să facă această concesie pentru niciun angajat, încearcă să afli ce l-ar determina să o facă.

✓ În cazul în care răspunsul nu este pozitiv și nici nu vi se oferă o variantă în care acest lucru s-ar întâmpla, puteți întreba: DE CE nu este posibil acest lucru?

✓ În cazul în care discuția permite, poți spune: „În acest caz, este foarte posibil ca la un moment dat să-mi caut alt loc de muncă deoarece înțeleg că într-adevăr nu este posibilă sub nicio formă o mărire de salariu, însă, din nefericire, am anumite cheltuieli pe care nu reușesc să le acopăr. Evident, această alternativă nu mă încântă! (acest ultim aspect este ultima forțare). Dumneavoastră veți ști dacă trebuie să faceți acest lucru sau nu. Dacă v-ați hotărât totuși să spuneți acest lucru, aveți grijă cum o spuneți. Alegeți tonul potrivit, astfel încât să nu sune ca o amenințare, ci mai degrabă trebuie să fie luată ca onestitate din partea dumneavoastră. De obicei acest lucru este apreciat... însă nu întotdeauna.

Cum pui problema? Cum poți face astfel încât să dai dovadă de eleganță maximă și să ai un succes maxim?

✓ În primul rând, arată-i că ai responsabilități pe care le iei în serios.

✓ În al doilea rând, arată-i, într-un mod cât se poate de elegant, măsura în care tu contribui la dezvoltarea companiei și la creșterea profitului acesteia (pregătește-ți eventuale grafice care să arate acest lucru).

✓ Este greu să ceri o mărire de salariu dacă nu ai măcar câteva realizări vizibile pe care le poți arăta. Prin urmare, încearcă să ai realizări constante și vizibile...

✓ După ce ți-ai făcut „reclamă”, o întrebare de testare ar fi următoarea: „Ce considerați dumneavoastră că ar fi necesar să fac în

cadru acestei companii pentru a avea un salariu mai mare?” Această întrebare merge direct la esența problemei și îți va da acel indiciu cheie de care depinde mărirea salariului.

✓ Atunci când nu ți se dă un răspuns clar, poți încerca următoarea întrebare: „Cred că pot avea realizarea „X” în cadrul companiei Extreme Training! Considerați că această realizare ar putea fi recompensată în vreun fel?”

Alte întrebări ajutătoare:

✓ Cum aș putea contribui la dezvoltarea firmei, astfel încât să primesc un salariu mai mare?

✓ Care este politica salarială a firmei?

✓ Care sunt acele lucruri care v-ar determina să oferiți o mărire de salariu unui angajat? Aceasta este o întrebare subtilă care forțează un răspuns și te protejează în același timp. Cu alte cuvinte, dai dovadă de onestitate prin faptul că nu vrei ceva special pentru tine, ci te interesează condițiile cadru în care ar putea fi realizat acest lucru.

✓ Aș dori un sfat de la dumneavoastră! Putem discuta despre rolul meu în organizație, despre rezultatele mele și despre dezvoltarea mea? (întrebare introductivă, de tatonare, care pregătește terenul pentru o discuție constructivă).

Douăsprezece motive pentru care ți-ar fi oferită o mărire de salariu:

1. Realizările tale recente.
2. Reușitele tale care nu figurau în fișa postului (extrarealizări în cadrul companiei).
3. Îndeplinirea la timp a sarcinilor.
4. Propunerile tale au fost preluate și s-au dovedit a fi cele mai bune.
5. Managementul (informal) pe care l-ai practicat.
6. Cuantificarea globală a realizărilor tale (pe an de preferat).
7. Calificările obținute de tine în ultima vreme.
8. Abilitățile dobândite de tine în ultima vreme.
9. Noile responsabilități/sarcini pe care ai fi dispus/ă să ți le asumi;
10. Eficiența ta: număr de sarcini/timp (un grafic din care să reiasă că ești eficient)
11. Creșterea salariului ar duce la o creștere a calității vieții, care în mod evident s-ar răsfărânge pozitiv asupra calității muncii pe care o prestezi.
12. *Pentru că o ceri.*

Poți folosi aceste ultime motive drept chestionar pentru a stabili un **barometru al șanselor tale** de reușită înainte de a începe negocierea salariului. Dacă la 10 din cele 12 puncte poți aduce argumente, înseamnă că ai șanse foarte mari de a primi o mărire de salariu și că TU meriți această mărire de salariu.

Acest articol nu îți propune să vă învețe să obțineți o mărire de salariu atunci când nu există niciun motiv pentru a o primi. Explicațiile oferite în acest articol vă vor ajuta să vă poziționați cât mai bine pentru a obține efectul dorit pe de o parte, iar pe de altă parte vă ajută să fiți conștienți de instrumentele pe care le aveți la dispoziție și cum să folosiți aceste instrumente. Voi folosi o metaforă pentru a mă face mai bine înțeles: **Veți reuși să vindeți șefului vostru ZAHĂR numai dacă aveți zahăr. Este greu să-i vindeți zahăr dacă aveți numai sare.** Acum, trecând la partea optimistă, măririi de salariu se oferă permanent și poți fi chiar tu unul dintre aceia care o obțin! Suntem convinși însă că există cel puțin un motiv pentru care ai merita această mărire de salariu: **pentru că o ceri.** Este foarte puțin probabil ca mărirea de salariu să vină în condițiile în care nu ceri acest lucru, exceptând cazurile în care politica salarială a companiei este foarte fermă și știi în ce condiții te poți aștepta la o mărire de salariu.

Acest articol îți poate fi util și în cazul în care îți negociezi salariul la un nou loc de muncă. Te sfătuim însă să nu renunți la actualul loc de muncă pentru că este mult mai accesibilă negocierea condițiilor în cadrul actualului loc de muncă, de cele mai multe ori invocând vechea zicală românească: „Nu da vrabia din mână pe cioara de pe gard!”

Nemulțumirea față de un loc de muncă ne ispitește în a lua decizia care este cel mai la îndemână: îmi schimb locul de muncă, PLEC! Este o poziție interesantă, însă această decizie ignoră de cele mai multe ori o serie de întrebări cum ar fi: Cum mi-aș putea face o viață mai bună la acest serviciu? Ce mă face să cred că nu voi găsi aceeași situație și la alt loc de muncă? De unde știu că nu va fi chiar mai rău? Ce lucruri mă fac să cred că șeful, colegii sau salariul vor fi mult mai satisfăcătoare la un alt loc de muncă? Acestea sunt doar câteva întrebări. Lista poate continua. Uneori avem indicii asupra răspunsurilor la aceste întrebări. Cunoșc destule persoane care și-au schimbat locul de muncă și, culmea!, contrar previziunilor optimiste, au descoperit că schimbarea locului de muncă nu a fost o decizie deloc potrivită. De obicei, aceste persoane invocau argumentul: mai rău de atât nu se poate! Această

afirmație este ușor de făcut, dar din păcate este lipsită de consistență. Dragi cititori, știți la fel de bine ca și mine că întotdeauna e loc de mai bine, dar și de mai rău!

În concluzie! Pregătiți-vă și îndrăzniți să cereți o mărire de salariu!

Acest subiect, al măririi salariului, „Extreme Training” l-a abordat de obicei în trainingurile de Negociere și comunicare și vă garantăm că această metodă funcționează. E-mailurile de mulțumire primite de la cursanții noștri, ulterior însușirii acestor tehnici, ne-au confirmat că mărirea de salariu se poate obține.

Scris de Marian Rujoiu

STRATEGII DE CONTRACARARE A OBIECȚIILOR (PREȚUL ESTE PEA MARE!)

O întrebare venită de la un utilizator al site-ului www.traininguri.ro suna cam așa:

„Am oferte mai bune”- aceasta este una dintre obiecțiile cel mai des întâlnite la clienți și nu mai știu cum să fac pentru a-i aduce în terenul meu, simt că mă blochez. Aceleași probleme sunt și în cazul obiecției „CRED CĂ PREȚUL ESTE CAM MARE, AM ALTE OFERTE MAI BUNE. Două obiecții în același timp, cum să dobor aceste obiecții???

Oferta concurenței este lucrul care dă bătăi de cap cel mai mult celor care vor să vândă ceva. Nici nu ai început bine și te trezești cu replica: „Prețul e prea mare!” Poate că așa este, însă de cele mai multe ori aceasta este numai o tehnică a cumpărătorului de a-ți testa poziția și de a te face să mai lași din preț.

Trebuie să înțelegem că această replică este numai o tehnică și să ne bucurăm pentru că în marea majoritate a cazurilor orice vânzare începe cu o obiecție. Fie că are dreptate, fie că nu, trebuie să fim pregătiți să-i răspundem clientului nostru. Depinde doar de noi și de profesionalismul nostru. Recunosc, a fost o vreme când și eu mă temeam de această obiecție, însă acum mi se pare foarte de simplu de contracarat.

Fie că vinzi case sau mașini, fie că vinzi băuturi alcoolice sau anvelope, fie că prestezi servicii de web design, cred că cel puțin o dată, atunci când ai încercat să vinzi ceva, ți s-a ridicat o obiecție. Situația în care nu apare nicio obiecție din partea cumpărătorului este rarisimă, alteleori nu este deloc formulată sau este formulată destul de vag. Uneori această obiecție este exprimată clar și concis, alteleori trebuie să te aventurezi tu în căutarea ei pentru a putea finaliza vânzarea. De cele mai multe ori obiecțiile nu sunt întotdeauna formulate clar.

Acestea nu trebuie privite ca pe un război iminent, ele trebuie privite ca aspecte normale ale unei vânzări. De obicei, orice vânzare începe cu o obiecție.

Obiecțiile pot fi legate fie de lipsa de timp, fie de preț, fie de nevoia consumatorului. Pentru un cumpărător, mai ales când nu este el cel care este în căutarea produsului sau a serviciului respectiv, este o obișnuință

să răspundă cu o obiecție. Obiecția nu este neapărat reală, însă aceasta se ridică, iar tu trebuie să o ocolești sau să o contracarezi. Odată ce un cumpărător a ridicat o obiecție, depinde numai de tine trecerea peste aceasta.

Gândește-te de câte ori ai spus că nu ai timp să cumperi ceva, că nu ai bani suficienți sau că nu ai nevoie, însă nu puține au fost situațiile când totuși ai cumpărat produsul respectiv. Acest lucru s-a întâmplat pentru că vânzătorul a știut să treacă peste obiecție la un mod cât se poate de elegant. Atunci când se ridică o obiecție nu înseamnă că vânzarea nu va avea loc. Acest lucru înseamnă doar că vânzarea abia începe. Cele mai întâlnite obiecții ridicate sunt:

- nu am timp
- mă mai gândesc
- prețul e prea mare
- trebuie să vorbesc cu șeful
- am oferte mai bune
- nu vreau pur și simplu
- lucrez cu altcineva
- nu avem bani
- nu se vând
- nu avem nevoie

De ce apar obiecțiile?

Există cazuri în care cumpărătorul chiar are o obiecție reală care îți este pusă pe tavă, iar cumpărătorul chiar dorește un răspuns la obiecția sa. Nu este o strategie tocmai potrivită aceea de a te face că nu ai auzit obiecția sau să treci peste ea fără discutarea ei ca și cum ar fi ceva irelevant. Este o adevărată măiestrie să răspunzi unei obiecții în mod constructiv, astfel încât să începi o vânzare cu succes, mai ales că oamenii, de cele mai multe ori, ajung să cumpere tocmai din același motiv pentru care au refuzat inițial vânzarea ridicând obiecția. De exemplu, îi poți demonstra că tocmai pentru că nu are bani suficienți va trebui să cumpere, pentru că va face economii importante. Prima obiecție ridicată este întâiul indiciu asupra nevoilor consumatorului, care fie vrea să se asigure că a dat un preț bun, fie are nevoie de un furnizor de încredere, fie vrea într-adevăr să vadă că are de-a face cu un profesionist.

Referitor la obiecția de mai sus, trebuie să fim atenți, pentru că nu putem răspunde la două obiecții în același timp: „preț prea mare” și „am oferte mai bune”. Alegem obiecția care ne convine mai mult și la aceasta răspundem pentru început. În acest caz, voi alege prețul, pentru că este ceva mai greu de contracarat decât „am oferte mai bune”.

Voi expune două tehnici de a răspunde acestei obiecții. Prima tehnică este culeasă mai mult din experiență și este preferata mea, iar a doua tehnică este potrivită în cazul oricărei obiecții și este un fel de artilerie grea, atunci când prima tehnică nu și-a făcut efectul.

Prima cale: Tehnica valorii percepute

Această tehnică nu este încărcată de un profund profesionalism, însă se dovedește de cele mai multe ori a fi foarte utilă. O greșeală pe care o fac de cele mai multe ori negociatorii neexperimentați este să vorbească mai mult despre concurență decât despre ei. Atenție, faptul că vei denigra produsele concurenței și vei demonstra că nu sunt bune de nimic nu te va ajuta prea mult. În primul rând trebuie să fii focusat nu pe a-l convinge să nu cumpere de la concurență, ci pe a-i arăta motivele pentru care el ar cumpăra de la tine.

Două dintre replicile mele preferate atunci când mi se ridică obiecția prețului sunt:

„Știți, nu avem nimic împotriva celor care vând ieftin, ei știu cel mai bine cât valorează ceea ce oferă ei!”

sau

„Ce e ieftin e scump!”

Sper să vă placă. Sunt replicile mele preferate când cineva pune problema că prețul este prea mare.

Important de reținut!

În cazul folosirii acestei tehnici, după cum observați, asociați prețul cu valoarea și plasăm problema în terenul concurenței. Cred că în jumătate dintre cazurile de negociere când am întâlnit această obiecție clienții au renunțat la obiecție. Dacă ai un client convins că ai un preț nejustificat, n-ar mai fi la masa negocierii cu tine. Pur și simplu spui replica cu numărul 1 de mai sus și aștepti reacția clientului. Este important ca, în același timp, să ai o atitudine relaxată și optimistă, iar apoi trebuie să fii capabil să-ți prezinți oferta ta.

Dacă observăm că avem un client care nu prea s-a lămurit, venim cu replica numărul 2: „Ce e ieftin e scump!”. Aceasta este o vorbă evreiască. În funcție de ceea ce vinzi, trebuie să fii capabil să-i demonstrezi clientului că achiziționând cu cel mai mic preț, s-ar putea să se aleagă de fapt cu cel mai scump produs. Aici trebuie să ai pregătită o poveste cu un client de-al tău care la fel a vrut cea mai ieftină ofertă, iar acum, din cauza calității slabe a ceea ce a achiziționat, a plătit aproape dublu față de cât costa la tine. Trebuie să-l convingi că „prețul mic este numai în aparență”, iar tu poți să-i dai cel mai mic preț chiar dacă prețul de achiziționare este mai mare. Atenție, poți să aduci în discuție și argumente care nu implică direct banii. Un argument forte este imaginea. Presupunând că reprezinți o tipografie care execută cărți de vizită, îi poți explica foarte simplu că o carte de vizită ieftină nu este imaginea pe care el probabil vrea să o transmită. „Făcând o carte de vizită ieftină puteți fi considerat de către oamenii care vă văd cartea de vizită drept un partener neprofesionist, care nu are bani nici să-și facă o carte de vizită serioasă”. Acesta este un exemplu de cost al imaginii, care cu siguranța se poate transmite apoi către cifre și profit.

În concluzie, convinge-l pe clientul tău că ceea ce-i oferi tu are o valoare care va fi percepută de el imediat ce va beneficia de produs și, prin urmare, prețul pe care tu i-l ceri merită din plin și poți chiar să mai adaugi: „cred că acesta este cel mai bun preț de pe piață”.

E posibil ca nici această tehnică să nu funcționeze. Ce trebuie să reții înainte de toate este că nu trebuie să te grăbești să lași din preț. Așteaptă! Discută și vezi de ce i se pare mare și abia la final abordează problema prețului, eventual la finalizarea vânzării. Făcând un discount încă de la primele cuvinte este foarte posibil să lași impresia că ceea ce ai tu nu valorează foarte mult.

A doua cale de a răspunde obiecției: „Este normal să știți pe ce urmează să dați bani!”

Această a doua cale nu-mi aparține. Este o tehnică care se predă în majoritatea cursurilor de vânzări. Este o tehnică destul de precisă, iar de cele mai multe ori dă rezultate uimitoare. Pentru cei care vor să aprofundeze, le recomand „Tehnici de a vinde” scrisă de Dale Carnegie.

Aruncând o privire sinceră asupra motivelor din pricina cărora apar obiecțiile am întocmit următoarea listă:

1. Cumpărătorul dorește clarificarea unor aspecte
2. În acel moment cumpărătorul are alte lucruri de făcut, nu ai nimerit în momentul tocmai potrivit
3. Cumpărătorul vrea o ofertă cât mai bună
4. Nu l-ai impresionat cu nimic
5. Are o relație bună cu vechii furnizori
6. Nu are bani suficienți
7. Nu are încredere în agenții de vânzări
8. Nu a realizat încă un „raport” cu clientul
9. Are bani, dar e prea zgârcit să-i cheltuiască
10. Crede că poate obține un preț mai bun în altă parte
11. Crede că prețul tău este prea mare
12. Nu are încredere în firma pe care o reprezintă
13. Nu are nevoie de produsul tău în acel moment

Vedem astfel că motivele pentru care apare o obiecție pot fi cât se poate de diferite. **Cel mai greu de acceptat pentru un agent de vânzări este acela că nu cumpără pentru că nu l-ai impresionat cu nimic sau că nu-i place de tine.**

Înainte de a învăța cum se răspunde unei obiecții trebuie să ai grijă la câteva aspecte cheie care pot asigura un start pozitiv în începerea vânzării. Sunt **4 REGULI de aur** în momentul când vi se ridică o obiecție. Acestea trebuie respectate cu sfințenie. Respectarea lor asigură o discuție relaxată în cadrul careia pot fi lămurite obiecțiile clientului.

- × Folosește un ton cât mai amiabil (nu lingușitor)!
- × Nu-i spuneți celui alt că nu are dreptate!
- × Evitați cu orice preț discuțiile în contradictoriu!
- × Faceți astfel încât cumpărătorul să fie bucuros că se discută pe marginea obiecției sale!

Sunt agenți de vânzări care știu „instinctual” să răspundă unei obiecții, însă aceștia se pot perfecționa. Contracararea obiecțiilor este un mecanism simplu, care, odată aplicat, duce către maximizarea

rezultatelor, acesta putând fi aplicat de orice agent de vânzări în vederea creșterii vânzărilor.

A răspunde unei obiecții în mod profesionist înseamnă a vinde mai mult. Acest lucru poate face diferența dintre tine și ceilalți agenți. De cele mai multe ori o vânzare începe cu o obiecție. Vrei să îi prezinți oferta ta și îți spune din start fie că ai un preț prea mare, fie că lucrează cu altcineva, fie că nu are timp.

Marea artă constă în a înțelege că nu trebuie convins clientul că nu are dreptate, **nu trebuie să sărim pe el și să-i demonstrăm că se înșală**. Se constată că de foarte multe ori clienții cumpără într-un final tocmai din motivul pentru care nu vor să cumpere inițial. **Trebuie să parcurgem 5 pași simpli și să rezistăm în primul rând tentației de a-i demonstra clientului nostru că se înșală**, fie că acest lucru se întâmplă, fie că nu.

Cei cinci pași sunt:

1. Amortizarea
2. Clarificarea
3. Identificarea obiecțiilor ascunse
4. Răspunsul tău
5. Evaluarea situației

PASUL 1

Amortizarea obiecției

Amortizarea obiecției înseamnă a atenua în mod profesionist obiecția ridicată de clientul nostru. A da răspunsuri de genul celor de mai jos nu va face decât să stârnească o reacție adversă din partea clientului nostru. Cel mai probabil, clientul este pierdut. Cel mai consolator pentru noi ar fi să ne spunem că avem de-a face cu un client „nebu” care „nu înțelege”, mai ales că „noi aveam dreptate 100%”.

Priviți la rândurile de mai jos și luați aminte de ceea ce nu trebuie să faceți atunci când vi se ridică o obiecție:

Cum NU se face amortizarea?

- ‡ Domnul Constantin, dar nu este așa, nu aveți dreptate!
- ‡ Este o adevărată nebulie să credeți acest lucru.
- ‡ Nu este adevărat, acest preț este cel mai mic.

- ♣ Nu aveți nevoie de timp de gândire.
- ♣ Procedați greșit tratând cu o singură sursă.
- ♣ Greșiți, este de cea mai bună calitate posibilă.
- ♣ Eu sunt cel care are dreptate, ceilalți încearcă să vă păcălească.

Probabil că vă întrebați: dacă nu se face așa, atunci cum se face? Răspunsul e foarte simplu. În prima fază nu trebuie să contracarați obiecția, ci doar trebuie să-i arătați clientului dumneavoastră că vă preocupă obiecția ridicată de el.

De exemplu, dacă vă spune: Prețul dumneavoastră este mult prea mare!

Îi puteți răspunde foarte simplu: Este cât se poate de logic și normal să vă preocupe valoarea investiției!

Câteva sfaturi practice pentru Amortizare

1. Nu folosiți: „Da...”, dar...”

Ex: aveți dreptate, dar randamentul este mare!

2. Trimite eventual la argumentare! **NU ÎNCEPE ÎNSĂ SĂ ARGUMENTEZI!**

Ex: Aveți dreptate! Apreciez într-adevăr observația făcută de dumneavoastră, doamna Lidia! Valoarea investiției este foarte importantă (...pauză...) Să discutăm puțin despre acest lucru!

PASUL 2 - Clarificarea obiecției

Când dorim să clarificăm o obiecție trebuie să-l abordăm pe clientul nostru cu o curiozitate asemănătoare cu cea a unui copil

De foarte multe ori, în SPATELE obiecției ridicate rapid de cumpărătorul nostru există:

- O altă obiecție
- Sau o explicație

Important: **nu trebuie să presupunem!** Trebuie să sondăm pentru a afla de ce nu are timp sau de ce i se pare prețul mare sau de ce are nevoie de timp de gândire sau de ce trebuie să-și întrebe șeful.

Întrebări de precizie care ne pot ajuta în clarificarea obiecției!

1. *Ce înseamnă preț mare?*
2. *Ce înseamnă oferte mai bune?*
3. *Ce înseamnă adânc?*
4. *De ce nu puteți ajunge acolo?*
5. *Ce anume nu vă place?*
6. *De ce ați ales acest furnizor?*

Acesta este pasul în care punem întrebări, fără a folosi un ton agresiv sau acuzator, și ascultăm. **Acum este momentul să-l lăsați pe clientul vostru să vorbească despre ceea ce și-ar dori**, ceea ce nu și-ar dori, cum a ajuns în situația de nu are timp sau de ce anume i se pare prețul mare. Putem afla, de asemenea, motivul pentru care preferă vechiul furnizor sau putem afla în ce condiții poate lua o decizie. Trebuie să avem răbdarea de a pune întrebări și de a asculta.

PASUL 3 - Identificarea obiecțiilor ascunse

Înainte de a da răspunsul nostru, trebuie să mai realizăm o mică sondare a nevoilor clientului nostru. Din moment ce l-ați determinat să discute despre prima problemă menționată de el, foarte ușor va fi să v-o spună și pe a doua. Acest al treilea moment este acela în care poți aduna noi informații care te pot ajuta în formularea răspunsului potrivit.

Este imperios necesar să nu treceți peste acest pas, deoarece a-ți formula un răspuns concentrându-vă pe preț, după cum el v-a menționat inițial de exemplu; poate fi un eșec dacă el este preocupat de altceva și anume de corelația calitate-preț.

Întrebări de precizie pe care le poți folosi sunt:

- În afară de timp, vă mai preocupă ceva?
- În afară de preț, mai este ceva care să vă facă să ezitați?
- Dacă ar fi un preț mai bun, ați achiziționa fără ezitare? (întrebare de testare)

Dacă răspunsul este **nu**, atunci cu siguranță mai sunt unele aspecte importante pentru dumneavoastră. Mi le-ați putea preciza?

Dacă formulează o nouă obiecție nu ne rămâne decât să ne întoarcem la început și să începem cu amortizarea ei.

PASUL 4 – Respingerea obiecției

Răspunsul nostru trebuie să fie simplu și la obiect. Cum răspundem?

- × *Încălecăm obiecția și mergem cu ea mai departe.*
- × *Oferim dovezi.*
- × *Dăm explicații.*
- × *Justificăm valoarea produsului oferit, prezentăm beneficiile acestuia.*

PASUL 5 - Evaluarea poziției

Aceasta este fază finală de testare în care puteți pune întrebări de testare. Întrebările de testare vin pe marginea obiecțiilor ridicate inițial de client. De exemplu:

1. În această situație prețul vi se pare unul mare sau nejustificat?
2. Având în vedere că aveți la dispoziție oferta noastră de creditare, putem concluziona că dacă veți cumpăra acum amortizarea investiției se va realiza mult mai rapid?
3. Credeți că vom putea lucra împreună?
4. Câte bucăți doriți?

După cum vedeți, pasul cinci este acela în care tu sondezi dacă ai în față un client pregătit să cumpere. Dacă îți spune că nu dorește, îl vei întreba de ce, iar dacă acesta ridică o nouă obiecție, va trebui să te întorci la amortizarea obiecției, la clarificarea ei și așa mai departe.

Poate vi se pare un demers complicat, însă prin puțin exercițiu lucrurile pot lua o întorsătură pozitivă. În trainingurile noastre de vânzări exersăm răspunsuri la fiecare din obiecții și vă spun că acest lucru se poate. Mai mult de atât, această tehnică o puteți testa cu prima ocazie. Lucrurile sunt simple, pentru că odată ce ați înțeles mecanismul de contracarare, nu vă rămâne decât să-l adaptați fiecărei situații și să-l personalizați în funcție de obiecția care vi se ridică. Evident, ca orice metodă din vânzări, nu este infailibilă, însă este un instrument în plus care vă poate ajuta.

În final, voi face o enumerare a **factorilor cumulativi care pot duce la depășirea obiecțiilor**.

Aceștia sunt:

- × *Cunoașterea și însușirea abilităților de vânzare*
- × *Cunoașterea produsului tău*
- × *Cunoașterea produselor oferite de concurență*
- × *Relația cu potențialul client*
- × *Atitudinea ta*
- × *Dorința de a-i oferi cea mai bună soluție*
- × *Creativitatea ta*
- × *Perseverența ta*

Ai acum două metode simple. Folosește-le cu încredere!

Scris de Marian Rujoiu



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, PĂRĂMELI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDR



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



ORGANIZMUL INTERPREZARII
REGIONAL PENTRU JUDEȚUL
BUCUREȘTI, I.P.O.



Extreme Training
www.training.ro

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
"Investește în oameni!"



*Fiecare om poate fi genial, fie că este angajat, fie că este angajator. Sperăm ca această carte să vă ducă mai aproape de jobul dorit sau de inițierea unei afaceri. Orice ai face, **FII PREZENT** în viața ta astfel încât tu să fii arhitectul propriului viitor. Imposibilul devine posibil, dacă tu crezi că este posibil!*

Manager Extreme Training – dr. Marian RUJOIU



EDITURA

**EXTREME TRAINING
PUBLISHING**

ISBN 978-606-92968-0-6



9 786069 296806

Titlul programului: Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013, "Investește în Oameni!"

Titlul Proiectului: "Fii Genial!"

Editorul materialului: Extreme Training

Data publicării: Iulie 2011

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României